



รายงานประจำปี 2567

แบบ 56-1 One Report

บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชันส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

ภาพรวม/ไฮไลท์	01
วิสัยทัศน์ พันธกิจ	01
กลยุทธ์ทางธุรกิจ	02
เป้าหมายทางธุรกิจ	03
ผลการดำเนินงานที่สำคัญ	04
จุดเด่นที่สำคัญทางการเงิน	05
สารจากประธานกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	06
ส่วนที่ 1 การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน	08
1. โครงสร้างและการดำเนินงานของบริษัทฯ	09
2. การบริหารความเสี่ยง	30
3. ภาวะอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ	40
4. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	77
5. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A)	91
6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น	95
ส่วนที่ 2 การกำกับดูแลกิจการ	97
7. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ	98
8. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชด้อย่อย ผู้บริหาร พนักงาน และอื่น ๆ	115
9. รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ	134
10. การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน	152
ส่วนที่ 3 งบการเงิน	155
ส่วนที่ 4 เอกสารแนบรับรองความถูกต้องของข้อมูล	213
เอกสารแนบ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจการควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมาย ให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบ โดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี และเลขานุการบริษัทฯ	214
เอกสารแนบ 2 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย	224
เอกสารแนบ 3 รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายใน	226
เอกสารแนบ 4 กรรพยสินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ และรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน	228
เอกสารแนบ 5 นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการฉบับเต็ม และจรรยาบรรณธุรกิจ	230
เอกสารแนบ 6 รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ	255
เอกสารแนบ 7 แบบประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายใน	259

ภาพรวม/ไฮไลท์



วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำและผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจบริการกิจกรรมทางการตลาดและการสร้างสรรค์อย่างครบวงจร โดยใช้นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำงานจึงนำไปสู่ผลสำเร็จและการเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งในประเทศ และในระดับภูมิภาคเอเชียต่อไป



พันธกิจ

มุ่งมั่นพัฒนาบริการ คักยภาพบุคลากร นวัตกรรม พันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้ถือหุ้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับผลตอบแทนสูงสุด

กลยุทธ์ทางธุรกิจ

การให้บริการแบบครบวงจร



เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ลดความซับซ้อนของงาน มีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนแผนงาน และประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับการต้องร่วมงานกับผู้ให้บริการหลายรายพร้อมกัน ซึ่งเป็นจุดแข็งและโอกาสที่สำคัญของบริษัทฯ ที่จะใช้นำเสนอหรือขยายการบริการใหม่ที่ต่อยอดงานเดิมกับลูกค้าได้ดีขึ้น

การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจ



บริษัทฯ ได้ใช้โปรแกรม M-JOBs by MANGO, App Sheet สำหรับเก็บข้อมูลต่างๆ และโปรแกรม Power BI ในการจัดทำรายงาน ซึ่งเป็นการบริหารงานที่ทำให้ผลการดำเนินงานถูกวัดผลได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้องถึงแม้จะเป็นชุดข้อมูลขนาดใหญ่ จึงกลายเป็นจุดแข็งของบริษัทฯ ที่ลูกค้าให้ความเชื่อมั่น

การส่งมอบงานที่คุ้มค่าและวัดผลได้



บริษัทฯ มีการกำหนดตัวชี้วัดผลและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์การดำเนินงาน (KPIs & Strategic Targets) ร่วมกันกับลูกค้า โดยอ้างอิงจากข้อมูลการขายสินค้าที่เกิดขึ้นจริง ประกอบกับการประเมินผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่วางแผนที่ไว้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ลูกค้าว่าจะได้รับบริการที่ดีและสามารถวัดผลได้

ระบบงานและทีมงานที่ยืดหยุ่นได้



ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ซึ่งมีผลให้กลยุทธ์ทางการตลาดทั่วทั้งโลกได้ถูกประยุกต์และปรับเปลี่ยนไป บริษัทฯ จึงได้ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างทันทั่วทั้งที่ นอกจากช่วยให้ลูกค้าได้รับทางเลือกการให้บริการที่ครอบคลุมมากขึ้นแล้ว ยังมีส่วนช่วยให้บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ

การขยายงานในบริการใหม่



บริษัทฯ ได้มองเห็นถึงโอกาสในการขยายเข้าไปสู่การดำเนินธุรกิจใหม่ ในการเข้าไปเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Distributor) การดำเนินธุรกิจใหม่นี้จะทำให้บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจให้เติบโตได้ (Scale Up) จากการใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญ และทรัพยากรบุคลากรที่มีอยู่เดิม ในการสร้างสรรค์การให้บริการ ที่มีมูลค่าและมีประสิทธิภาพที่มากขึ้นได้ในอนาคต

การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า



บริษัทฯ มุ่งเน้นในการสร้างผลงานที่มีคุณภาพ และความยั่งยืนในธุรกิจอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีผลไปถึงการบอกต่อเกี่ยวกับความสามารถและผลงานของบริษัทฯ (Word of Mouth) ในกลุ่มลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นการเพิ่มโอกาสให้บริการ สำหรับการขยายฐานลูกค้าใหม่อีกด้วย

เป้าหมายทางธุรกิจ



เป้าหมายทางธุรกิจ

เพื่อให้ความมั่นใจกับนักลงทุน ลูกค้า หุ้นส่วน และพันธมิตรทางธุรกิจ/สังคม บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมาย โดยให้มั่นใจว่าเป็นเป้าหมายที่ท้าทายและสามารถทำได้จริง



เป้าหมายทางการเงินทั้งรายได้และกำไร

เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับกำไรสูงสุด โดยในปี 2568 บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าการเติบโตทางรายได้ขั้นต่ำ 30% เปรียบเทียบกับปี 2567 และตั้งเป้ากำไรสุทธิไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาท อีกทั้งยังมีต้นทุนขายและบริหารไม่เกินร้อยละ 10 ของรายได้รวม เป็นบริษัทฯ ที่มีรายได้ 1,000 ล้านบาทในปี 2569 และเป็นบริษัทฯ ที่มีกำไรสุทธิมากกว่า 100 ล้านบาทภายในปี 2571 หรือครบ 5 ปี นับตั้งแต่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



เป้าหมายความพึงพอใจของลูกค้า

เนื่องจากหนึ่งในธุรกิจหลักของบริษัทคืองานบริการ เราจึงอยากให้ความมั่นใจกับลูกค้าทั้งด้านความพึงพอใจและผลลัพธ์ของงาน โดยมีการกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้า ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 และมีอัตราการใช้บริการซ้ำไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของลูกค้าเก่าในทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ ได้เติบโตแบบมั่นคง



เป้าหมายในการหาและร่วมมือกับหุ้นส่วนทางธุรกิจ

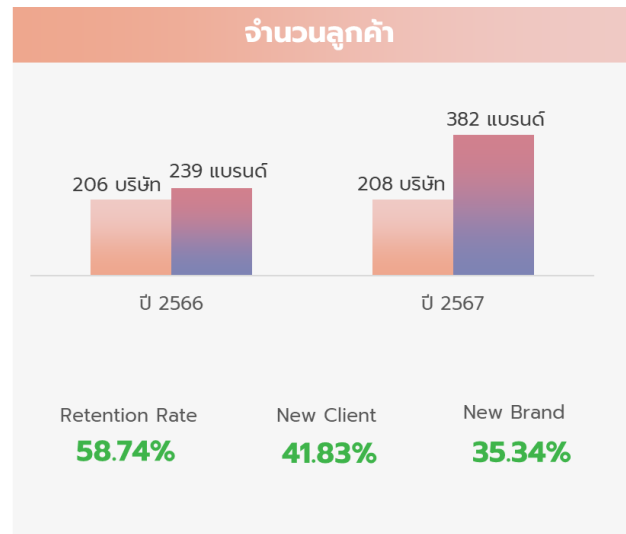
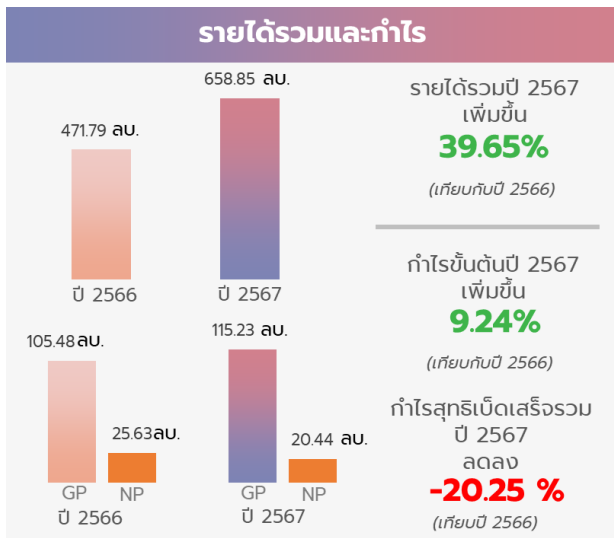
เพื่อให้ธุรกิจได้เติบโตแบบก้าวหน้าและมั่นคง ลูกค้าและนักลงทุนได้มั่นใจว่าบริษัทฯ ได้มีหุ้นส่วนทางธุรกิจที่มีความเป็นเลิศในการดำเนินธุรกิจซึ่งสามารถต่อยอดธุรกิจได้โดยสามารถลดต้นทุนของบริษัทฯ และสร้างรายได้ใหม่ โดยตั้งเป้าในการหาและร่วมมือกับหุ้นส่วนทางธุรกิจใหม่อย่างน้อยปีละ 1 ราย



เป้าหมายทางพันธมิตร/สังคม

บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญกับห่วงโซ่กิจกรรมทางธุรกิจในทุกมิติไม่ว่าจะเป็น ชัพพลายเออร์/เวนเดอร์ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทตั้งเป้าที่จะเป็นบริษัท Carbon Neutral ภายในปี 2576 เพื่อให้เป็นองค์กรที่เติบโตแบบยั่งยืน

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา



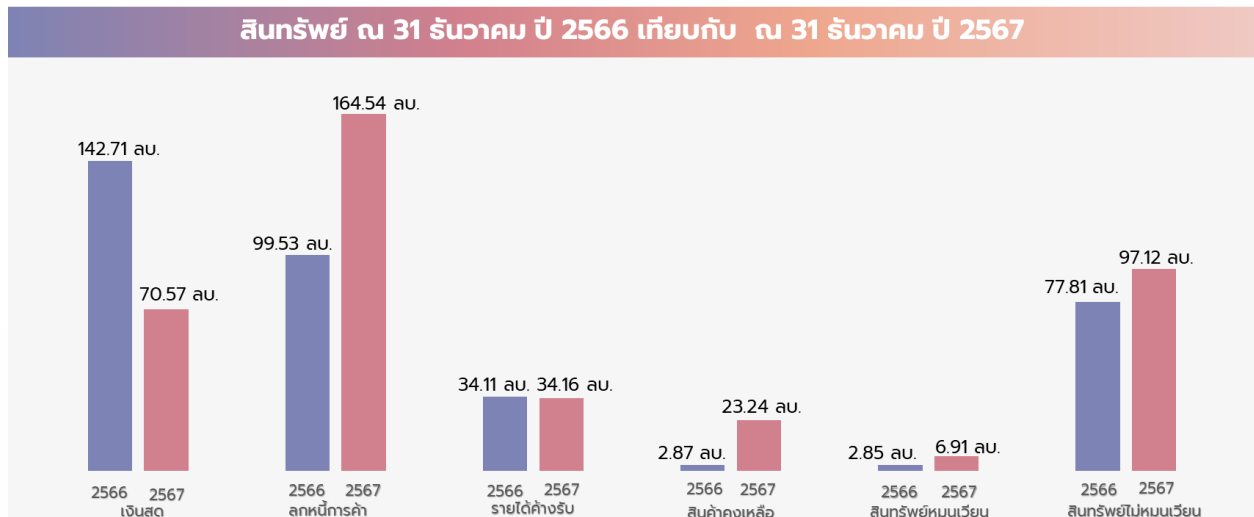
ภาพรวมผลการดำเนินงาน ปี 2567 บริษัทฯ มีรายได้รวม 658.85 ล้านบาท โดยบริษัทฯ มีลูกค้าที่ให้บริการ 208 บริษัท 382 แบนด์ ซึ่งมีลูกค้าเพิ่มขึ้น 2 บริษัท 143 แบนด์ โดยเป็นลูกค้าเก่าที่ทำงานต่อเนื่องมา ร้อยละ 58.74 และมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 41.83 แบนด์ใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 35.34 และมีสัญญาจ้างบริการต่อเนื่องไปจนถึงปี 2568 ที่งานยังไม่แล้วเสร็จ รวมมูลค่าทั้งหมด 46 ล้านบาท

รายการ	ปี 2567	ปี 2566	การเปลี่ยนแปลง	
	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	ร้อยละ
รายได้การขายและบริการ	657.54	471.12	186.42	39.57
ต้นทุนขายและบริการ	542.31	365.63	176.68	48.32
กำไรขั้นต้น	115.23	105.48	9.75	9.24
อัตรากำไรขั้นต้น	17.52%	22.39%		
ค่าใช้จ่ายในการขาย	39.78	27.18	12.60	46.34
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	51.93	48.01	3.92	8.17
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	91.71	75.19	16.52	21.97
อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	13.95%	15.96%		
รายได้อื่น	1.30	0.67	0.63	94.14
รวมรายได้	658.85	471.79	187.06	39.65
ต้นทุนทางการเงิน	0.11	1.15	-1.04	-90.43
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	24.72	29.65	-4.93	-16.63
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4.74	4.53	0.21	4.64
กำไรสุทธิ	19.97	25.12	-5.15	-20.49
กำไรสุทธิเบ็ดเสร็จรวม	20.44	25.63	-5.19	-20.25
อัตรากำไรสุทธิ	3.10%	5.32%		

ประเภทบริการ	ปี 2567	GMP	ปี 2566	GMP	การเปลี่ยนแปลง	
	(ล้านบาท)	ร้อยละ	(ล้านบาท)	ร้อยละ	(ล้านบาท)	ร้อยละ
บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล	153.41	19.77	164.87	23.80	-11.46	-6.95
บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า	11.75	36.02	17.07	34.27	-5.31	-31.13
บริการพนักงานแนะนำสินค้า	163.19	19.76	120.11	26.96	43.08	35.86
บริการจัดเรียงสินค้า	257.62	14.32	154.79	17.09	102.83	66.43
ผู้จัดจำหน่ายสินค้า	71.58	16.12	14.28	10.84	57.29	401.07

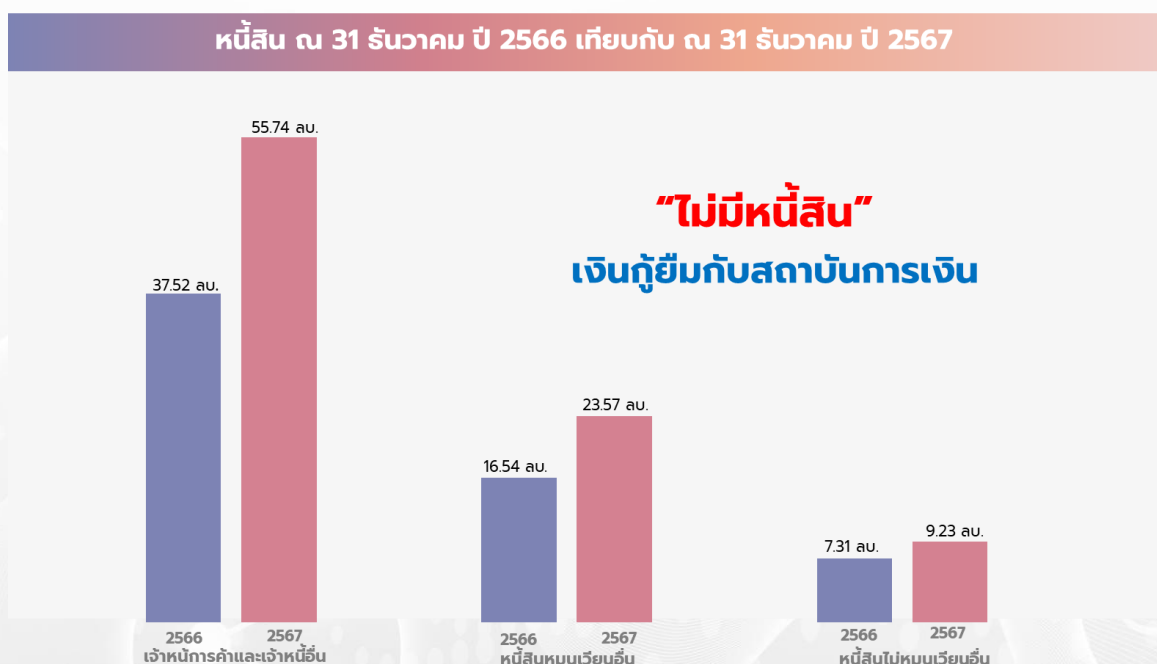
จุดเด่นที่สำคัญทางการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีเงินสดคงเหลือ 70.57 ล้านบาท มีลูกหนี้คงเหลือ 198.70 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น ลูกหนี้งานบริการ 138.98 ล้านบาท ลูกหนี้จากการจำหน่ายสินค้า 25.57 ล้านบาท รายได้ค้างรับ 34.16 ล้านบาท บริษัทฯ สินค้าคงเหลือที่เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากได้เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศแล้วจึงจำเป็นต้องสต็อกสินค้าเพื่อไว้กระจายสินค้าให้ลูกค้าให้รวดเร็วและทันเวลาและบริษัทมีเครดิตเทอมของลูกหนี้งานบริการเฉลี่ยอยู่ที่ 96 วัน และเครดิตเทอมของลูกหนี้จากการจัดจำหน่ายสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ 60 วัน



หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ ไม่มีหนี้สินเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน หนี้สินส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าหนี้การค้า 55.74 ล้านบาทซึ่งเพิ่มขึ้นจากการดำเนินงาน หนี้สินหมุนเวียนอื่นเกิดจากรายได้รอการรับรู้ บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นในปี 2567 เท่ากับ 307.95 ล้านบาท มีส่วนของผู้ถือหุ้นในปี 2566 เท่ากับ 297.86 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.38 และมีอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 0.29 เท่า ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี



สารจากประธานกรรมการ

การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยหลักการทำกับดูละเอียดการที่ดี (Corporate Governance) ถือเป็นปัจจัยหลักที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะต้องให้ความสำคัญ การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับธุรกิจ และส่งเสริมให้การดำเนินงานของบริษัทเติบโตอย่างยั่งยืน การดำเนินธุรกิจภายใต้แนวทาง **“ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม”** จึงนับเป็นเป้าหมายหลักที่สอดคล้องกับปณิธาน **“เชื่อใจ วัตถุประสงค์ อย่างมืออาชีพ”** ที่บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชัน เอเชีย จำกัด (มหาชน) หรือ MCA ได้ยึดมั่นมาโดยตลอด

ภายใต้สถานการณ์ที่นักลงทุนมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับการบริหารงาน ของบริษัทจดทะเบียนในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ ในฐานะประธานกรรมการ และกรรมการอิสระ ดิฉันมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมให้บริษัทฯ ดำเนินงานภายใต้บรรษัทภิบาล โดยมีการวางโครงสร้างและระบบการทำกับดูละเอียดการอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการกำกับดูแล การติดตาม และการประเมินผล เพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนโดยไม่ละทิ้งเป้าหมายหลักของผู้ถือหุ้น นั่นคือ **“ความมั่งคั่งสูงสุดของผู้ถือหุ้น”** จากการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ผ่านให้ความไว้วางใจ โดยสามารถวัดผลได้จากราคาตลาดของหุ้นสามัญ กำไรจากการจำหน่ายหลักทรัพย์ และนโยบายเงินปันผล ดิฉันขอรับรองแก่ผู้ถือหุ้นทุกท่านว่า บริษัทฯ จะยังคงยึดมั่นในหลักการ ของความโปร่งใส ตรวจสอบได้ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งมั่นขับเคลื่อนการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืนและมั่นคงในทุกสถานการณ์

สุดท้ายนี้ทางเราขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจและร่วมเดินทางไปกับเรา เราจะทำงานร่วมกันเพื่อสร้างอนาคตที่มั่นคงและความสำเร็จในระยะยาว พร้อมทั้งสานต่อการเติบโตที่ยั่งยืนไปด้วยกันค่ะ

ดร.กนกพร สัยยะสิริพานิชย์



สารจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ตลอดระยะเวลาหนึ่งปีที่ผ่านมา MCA ได้ก้าวสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างแข็งแกร่ง ส่งผลให้บริษัทฯ มีความมั่นคงทางการเงิน และสามารถต่อยอดธุรกิจด้านการตลาดและบริการจดทะเบียนโตขึ้นถึง 39% นอกจากนี้ ยังได้ขยายธุรกิจไปสู่ การจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งในปีแรกสามารถสร้างรายได้กว่า 70 ล้านบาท

สำหรับปี 2568 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้ที่ 30% และมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่มีรายได้ 1,000 ล้านบาทภายในปี 2569

กลยุทธ์เสริมศักยภาพองค์กร

MCA ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยในระยะสั้น เราได้ขยายทีมงานเพื่อรองรับธุรกิจใหม่ควบคู่ไปกับการเปิดศูนย์กระจายสินค้าในระดับภูมิภาค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดจำหน่ายสินค้าและลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์ โดยมีแผนเปิดศูนย์กระจายสินค้าเชียงใหม่ และนครศรีธรรมราช ภายในไตรมาสที่ 1/2568 และขอนแก่นภายในไตรมาสที่ 3/2568

ในระยะยาว บริษัทฯ ได้ขยายทีมพัฒนา ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและโปรแกรมเมอร์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาระบบปฏิบัติการหลังบ้าน หรือการเตรียมความพร้อมสำหรับการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ

ทิศทางการดำเนินงานในปี 2568

ปีนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายด้านกำไรได้ตามที่ตั้งไว้

ผมขอขอบคุณ คณะกรรมการอิสระ ที่ปรึกษา ผู้ตรวจสอบทุกท่าน ที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งและความโปร่งใสให้กับองค์กร รวมถึง ผู้บริหาร พนักงาน และหุ้นส่วนทางธุรกิจทุกคน ที่ทุ่มเทปฏิบัติงานด้วยความสามารถและความมุ่งมั่น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนและร่วมกันขับเคลื่อน MCA ให้ก้าวไปสู่เป้าหมายที่ยิ่งใหญ่

เราจะเดินหน้าสู่ออนาคตอย่างมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืนไปด้วยกัน

นายภักดี เหล่างาม

Blakdee





ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจและผลการดำเนินงาน



1. โครงสร้างและการดำเนินงานของบริษัทฯ

1.1 นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) (“**บริษัทฯ**”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2554 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้นจำนวน 1.00 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดโดยคุณภักดี เหล่างาม ซึ่งมีประสบการณ์การดำเนินงานบริหารกิจกรรมทางการตลาดกว่า 20 ปี ได้รับรู้ถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มลูกค้า ที่ให้ความสนใจต่อกิจกรรมทางการตลาดที่นิยมใช้กิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการขาย เช่น งานอีเวนต์และแคมเปญ (Event and Campaign) โปรโมชันและกิจกรรมในร้านค้า การสาธิตสินค้า และการทดลองใช้สินค้า การสร้างประสบการณ์จากแบรนด์หรือธุรกิจ เป็นต้น จึงก่อตั้งบริษัทฯ ด้วยจุดมุ่งหมายในการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจบริการกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activation) แบบครบวงจร เพื่อตอบโจทย์ทางธุรกิจให้แก่ลูกค้าให้ได้ตั้งแต่ การเพิ่มการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness) การสร้างความเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้บริโภค (Customer Engagement) ไปจนถึงการผลักดันยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง (Boost Sales)

บริษัทฯ ได้ขยายบริการให้ครอบคลุมการจัดกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมด โดยเมื่อก่อตั้ง บริษัทฯ ให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activation) และบริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant) ต่อมาในปี 2558 บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจเข้าไปในกลุ่มบริการจัดเรียงสินค้า (Merchandiser) เพื่อสนับสนุนการขายสินค้าและบริการ ณ จุดขาย มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น และในปี 2560 บริษัทฯ ได้ขยายเข้าไปดำเนินงานในธุรกิจการบรรจุและจัดส่งสินค้า (Packing and Logistics) พร้อมทั้งบริการติดตั้งและรีดออนบูร์แสดงสินค้าเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนกระบวนการของกิจกรรมทางการตลาดให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ต่อมาเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ซึ่งมีผลให้กลยุทธ์ทางการตลาดทั่วทั้งโลกได้ถูกประยุกต์และปรับเปลี่ยนไป ในปี 2564 บริษัทฯ จึงได้ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยขยายขอบเขตการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด มาสู่งานในรูปแบบออนไลน์ (Online) พร้อมทั้งบริการสนับสนุนในกลุ่มบริการงานดิจิทัล (Digital) และขยายธุรกิจบริการจัดเรียงสินค้า รูปแบบบริการแบบใช้ร่วมกัน (Shared Merchandiser) เพื่อตอบสนองกลยุทธ์ทางธุรกิจของลูกค้า นอกจากนี้เมื่อบริษัทฯ ได้ส่งมอบบริการหลากหลายรูปแบบต่อกลุ่มลูกค้าสำหรับหลากหลายโจทย์ธุรกิจ ในไตรมาส 2 ปี 2566 บริษัทฯ ได้มองเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจไปสู่การเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Distributor) ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางหรือตัวกลางเชื่อมระหว่างเจ้าของสินค้า ถึงกลุ่มผู้บริโภคและอุปโภค ผูกพันกับกลยุทธ์การทำกิจกรรมทางการตลาดที่บริษัทฯ ได้ให้บริการ ทำให้ครบวงจรด้านการตลาดมากขึ้น ทั้งนี้ ธุรกิจดังกล่าว เป็นงานสัญญาระยะยาว และสามารถสร้างผลกำไรได้ตามยอดขายสินค้า ประกอบกับเงื่อนไขทางการค้าที่บริษัทฯ และเจ้าของสินค้าได้ร่วมกันกำหนดไว้ โดยระยะแรกบริษัทฯ อาจมีการลงทุนในธุรกิจทั้งในด้านบุคลากร และด้านทรัพยากร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการในส่วนอัตราการทำกำไรในระยะแรก อย่างไรก็ตาม เมื่อธุรกิจมีการเติบโตมากขึ้น บริษัทฯ จะสามารถขยายธุรกิจให้เติบโตได้ (Scale Up) ด้วยทรัพยากรรูปแบบเดิม เช่น ลักษณะหรือรูปแบบการดำเนินงานภายในของบริษัทฯ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการโครงการระหว่าง ผู้ผลิตสินค้า บริษัทฯ และร้านค้าหรือช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น โดยมีเป้าหมายการสร้างยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น และสามารถก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ที่มีประสิทธิภาพได้ในอนาคต และสามารถช่วยให้ภาพผลประกอบการในภาพรวมดีขึ้น

ปัจจุบัน บริษัทฯ เป็นผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และเป็นผู้ให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดได้อย่างครบวงจร โดยใช้ระบบ M Jobs เป็นกระบวนการสรรหาพนักงาน Outsource จากฐานข้อมูลพนักงานซึ่งรวบรวมข้อมูลพนักงานจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์จัดหางาน สื่อสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มในแอปพลิเคชันไลน์ (Line) หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) และการจัดโรดโชว์ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยมีกระบวนการคัดเลือกโดยการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้บุคลากรที่เหมาะสมตามหน้าที่ในโครงการมากที่สุด และครอบคลุมทั่วประเทศ โดยบริษัทฯ มีประสบการณ์ในการให้บริการแก่ลูกค้าชั้นนำจากหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งแบรนด์สินค้าในประเทศและต่างประเทศมากกว่า 14 ปี ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความมุ่งมั่นก้าวเข้าสู่การเป็นหนึ่งในผู้นำด้านบริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดครบวงจรชั้นนำของประเทศไทย

1.1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

ปี	เหตุการณ์สำคัญ
2554	บจก. มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย บจก. มาร์เก็ต สเฟียร์ และ บจก. มาร์เก็ต วิชาการ ถูกก่อตั้งเพื่อประกอบธุรกิจการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยแบ่งแยกการมุ่งเน้นการให้บริการในแต่ละประเภท ซึ่งได้แก่ การจัดงานอีเวนต์ (Event) การออกบูธสินค้าและงานออกโรดโชว์สินค้า (Booth and Roadshow) และบริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant) ตามลำดับ โดยมีทุนจดทะเบียน 1.00 ล้านบาท 2.00 ล้านบาท และ 1.00 ล้านบาท ตามลำดับ ในเดือนพฤศจิกายน 2554 เดือนพฤศจิกายน 2554 และเดือนกันยายน 2554 ตามลำดับ
2555	บริษัทฯ เริ่มให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด ด้านการออกบูธสินค้าและงานออกโรดโชว์สินค้า (Booth and Roadshow) การจัดงานอีเวนต์ (Event) และบริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant) แก่ลูกค้าบริษัทข้ามชาติ (Multinational Corporations หรือ MNCs) ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 2.00 ล้านบาท ในเดือนพฤษภาคม 2555
2558	บริษัทฯ ขยายการให้บริการไปยังธุรกิจบริการจัดเรียงสินค้า (Merchandiser)
2560	บริษัทฯ ขยายการให้บริการไปยังธุรกิจบริการบรรจุและจัดส่งสินค้า (Packing and Logistics)
2563	บริษัทฯ ดำเนินการปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจ โดยดำเนินการปิดกิจการ บจก. มาร์เก็ต สเฟียร์ และ บจก. มาร์เก็ต วิชาการ เพื่อรวมให้ธุรกิจบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดมาอยู่ในบริษัทฯ เพียงแห่งเดียว บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 16.00 ล้านบาท ในเดือนกรกฎาคม 2563 บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 66.00 ล้านบาท ในเดือนพฤศจิกายน 2563
2564	บริษัทฯ ขยายการให้บริการไปยังธุรกิจบริการจัดเรียงสินค้าแบบใช้ร่วมกัน (Shared Merchandiser) สำหรับช่องทางการขายกลุ่มห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และเริ่มต้นขยายงานในส่วนการให้บริการงานดิจิทัล (Digital)
2565	บริษัทฯ เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 85.00 ล้านบาท ในเดือนธันวาคม 2565
2566	บริษัทฯ ขยายการให้บริการจัดเรียงสินค้า แบบใช้ร่วมกัน สำหรับช่องทางการขายกลุ่มร้านสะดวกซื้อ ("Convenience Store" หรือ "CVS") และธุรกิจผู้แทนจำหน่าย (Distributor) จดทะเบียนแปรรูปเป็นบริษัทมหาชนจำกัด เปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้ของหุ้น จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 100.00 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท ซึ่งส่งผลให้จำนวนหุ้นจากเดิม 0.85 ล้านหุ้น เปลี่ยนเป็น 170.00 ล้านหุ้นเพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทฯ จำนวน 30.00 ล้านบาท โดยการออกและเสนอขายหุ้นจำนวน 60.00 ล้านหุ้น (มูลค่าที่ตราไว้ หุ้นละ 0.50 บาท) เพื่อรองรับการออกและเสนอขายหุ้นแก่ประชาชนเป็นการทั่วไปครั้งแรก (Initial Public Offering หรือ IPO)
2567	บริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศจากบริษัท สยามเฮลท์ กรู๊ป จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเวชสำอางที่ได้รับความนิยมกว้างขวาง และบริษัท ได้ลงนามเข้าร่วมลงทุนในกิจการใหม่ชื่อบริษัท ยูเอ็ม ดีไซน์ แอนด์ โปรดักชั่น จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจให้บริการด้านสิ่งพิมพ์แบบครบวงจร รวมถึงออกแบบการผลิตงานสิ่งพิมพ์ และการให้บริการติดตั้งงานพิมพ์เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งและการเติบโตของธุรกิจในอนาคตและเป็นการบริหารจัดการต้นทุนให้ดีขึ้น

1.1.3 ข้อผูกพันที่บริษัทฯ ให้คำมั่นไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์ และ/หรือเงื่อนไขการอนุญาตของสำนักงาน (ถ้ามี) และ/หรือเงื่อนไขการรับหลักทรัพย์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ (ถ้ามี)

-ไม่มี-

1.1.4 ชื่อ สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่ ประเภทธุรกิจ เลขทะเบียนบริษัทฯ โทรศัพท์ โทรสาร เว็บไซต์บริษัทฯ จำนวน และชนิดของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดของบริษัทฯ

ชื่อ	: บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)
ชื่อย่อหลักทรัพย์	: MCA
ประเภทธุรกิจ	: ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร โดยสามารถแบ่งบริการหลักออกเป็น 5 บริการ ดังนี้ 1) บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดีจิทัล 2) บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า 3) บริการพนักงานแนะนำสินค้า 4) บริการจัดเรียงสินค้า 5) ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า
เลขทะเบียน	: 0107566000160
ทุนจดทะเบียน	: 115.00 ล้านบาท
ทุนเรียกชำระแล้ว	: 115.00 ล้านบาท
จำนวนหุ้น	: 230.00 ล้านหุ้น
มูลค่าหุ้น (พาร์)	: 0.50 บาทต่อหุ้น
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	: เลขที่ 51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230
โทรศัพท์	: 02 – 118 – 3999
โทรสาร	: 02 – 118 – 2406
เว็บไซต์บริษัทฯ	: www.marketconnectionsasia.com

1.2 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจหลักในการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดครบวงจรผ่านรูปแบบของกิจกรรมการตลาดภาคสนาม (Field Marketing) เป็นหลัก ซึ่งประกอบไปด้วย การจัดตั้งบูธสินค้า (Booth) การจัดโรดโชว์สินค้า (Roadshow) หรือการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) เช่น กิจกรรมการเปิดตัวสินค้า (Product Launch) เป็นต้น ตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงบริการจัดกิจกรรมในรูปแบบดิจิทัล (Digital) เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า และสร้างการรับรู้ในแบรนด์สินค้า (Brand Awareness) ไปตลอดจนถึงการให้บริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant) และบริการพนักงานจัดเรียงสินค้า (Merchandiser) ซึ่งเป็นบริการที่ช่วยส่งเสริมการขายสินค้า ณ จุดขายสินค้า ในแต่ละสถานที่ที่จัดจำหน่าย ช่วยให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลสินค้า รวมถึงกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ บริษัทฯ มีบริการบรรจุและจัดส่งสินค้า ซึ่งช่วยสนับสนุนการดำเนินงานในกิจกรรมทางการตลาดของลูกค้าเพิ่มเติม โดยการจัดรูปแบบผลิตภัณฑ์และการขนส่งสินค้า ส่งเสริมการขาย รวมถึงจัดตั้งและจัดหาอุปกรณ์สำหรับ การดำเนินจัดกิจกรรมด้านการตลาดต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีบริการเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Distributor) เพื่อเป็นผู้กระจายสินค้าจากเจ้าของสินค้าไปยังร้านค้าต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค

1.2.1 โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ประจำปี 2563 – ปี 2567 แยกตามประเภทธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

โครงสร้างรายได้	2563		2564		2565		2566		2567	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการบริการ										
บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล	80.37	34.01	45.70	20.29	126.95	34.06	164.87	34.99	153.41	23.28
บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า	6.90	2.92	6.83	3.03	12.16	3.26	17.07	3.62	11.75	1.79
บริการพนักงานแนะนำสินค้า	87.34	36.97	82.90	36.80	101.86	27.33	120.11	25.48	163.19	24.77
บริการจัดเรียงสินค้า	61.01	25.82	88.64	39.34	131.86	35.32	154.79	32.84	257.62	39.10
บริการการจัดจำหน่ายสินค้า							14.28	3.03	71.58	10.86
รายได้จากการบริการรวม	235.62	99.72	224.07	99.46	372.65	99.97	471.12	99.96	657.54	99.80
รายได้อื่น ¹	0.66	0.28	1.23	0.54	0.12	0.03	0.67	0.04	1.30	0.20
รายได้รวม	236.28	100.00	225.30	100.00	372.77	100.00	471.79	100.0	658.85	100

หมายเหตุ : ¹ รายได้อื่น ได้แก่ ดอกเบี้ยรับ ส่วนลดรับจากบัตรเครดิต ค่าตัดจำหน่ายเงินมัดจำเครื่องแบบทำงานและเงินค่าจ้างบริการ เป็นต้น

1.2.2 ลักษณะการให้บริการ

บริษัทฯ เป็นผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร โดยเน้นไปที่การตลาดภาคสนาม (Field Marketing) สามารถแบ่งบริการหลักออกเป็น 5 บริการ ดังนี้

- 1) บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล
- 2) บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า
- 3) บริการพนักงานแนะนำสินค้า
- 4) บริการจัดเรียงสินค้า
- 5) ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า

1.2.2.1 บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล (Marketing activities and Digital)

บริษัทฯ เป็นผู้ดำเนินการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบต่างๆ ครอบคลุมตั้งแต่ การออกบูธสินค้าและงานออกโรดโชว์สินค้า (Booth and Roadshow) การจัดงานอีเวนต์ (Event) งานที่เกี่ยวข้องด้านดิจิทัล (Digital) ที่ประยุกต์การจัดงานไว้ในรูปแบบออนไลน์ รวมไปถึงงานบริการสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง (Outsourcing Key Account) โดยประเภทการให้บริการ 4 ประเภทหลัก มีรายละเอียดดังนี้

งานออกบูธสินค้าและงานออกโรดโชว์สินค้า (Booth and Roadshow) ส่งเสริมการขายและการตลาด ที่มุ่งเน้นการรับรู้แบรนด์สินค้าของลูกค้า (Brand Awareness) ไปยังผู้บริโภค โดยเน้นการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับผลิตภัณฑ์ ด้วยการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ไปนำเสนอแก่ผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น การดำเนินกิจกรรมแจกสินค้าตัวอย่างแก่ผู้บริโภค หรือการนำผลิตภัณฑ์มาจัดลดราคาพิเศษ (Sales Promotion) รวมถึงมีการจัดกิจกรรมแบบเคลื่อนที่ เพื่อเข้าถึงตามสถานที่ต่างๆ (Caravan) เพื่อนำไปสู่การสร้างยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ การดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา การออกแบบและวางแผนการจัดงานตามความต้องการของลูกค้า โดยจะมีการคิดธีมงาน (Theme) หลากรูปแบบเป็นตัวเลือกให้ลูกค้าพิจารณา รวมถึงวางแผนรายละเอียดการดำเนินงาน (Execution Plan) ทั้งหมด ซึ่งแผนการดำเนินงานทั้งหมดนี้จะมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้ยอดขายของผลิตภัณฑ์ลูกค้าเพิ่มขึ้น มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสถานที่ก่อนการดำเนินงาน จนถึงการบริหารและควบคุมกิจกรรมในวันงานทั้งหมด โดยมี

ระยะเวลาเฉลี่ยของโครงการตั้งแต่ 1-6 เดือน โดยงานออกบูธสินค้า และงานออก โรดโชว์สินค้า สามารถจัดตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ตลาด หมู่บ้าน หรือโรงเรียน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าแต่ละประเภทของลูกค้า โดยลูกค้าหลักในกลุ่มงานประเภทนี้ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (เช่น ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และยา เป็นต้น) อุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน (เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดห้องน้ำ และผลิตภัณฑ์สำหรับกำจัดแมลง เป็นต้น) และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น

ภาพตัวอย่างงานออกบูธสินค้าและงานออกโรดโชว์สินค้า (Booth and Roadshow)



งานอีเวนต์ (Event) บริษัทฯ ให้บริการบริหารจัดการกิจกรรมอีเวนต์ (Event) หลากหลายแบบอย่างครบวงจร โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลัก ดังนี้

กิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) บริษัทฯ ให้บริการการจัดกิจกรรมทางการตลาด(Marketing Event) ซึ่งถือเป็นหนึ่งในวิธีสำคัญในการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งช่วยส่งเสริม การขายสินค้า และทำให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรงได้มากขึ้นอีกทั้งยังช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์สินค้าของลูกค้า (Brand Awareness) และสามารถสื่อสารข้อมูลถึงลูกค้าได้อย่างชัดเจน และมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) มีหลากหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น กิจกรรมเปิดตัวสินค้า (Product Launch) กิจกรรมส่งเสริมการขายประจำเทศกาลต่างๆ และงานจัดแสดงสินค้า (Exhibition) เป็นต้น โดยหน้าที่การดำเนินงานของบริษัทฯ ครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา ออกแบบและวางแผนการจัดงาน อาจจะมีการจัดเกมขึ้นมาให้เล่น หรือมีซุ้มถ่ายรูป สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ชอบเล่นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่างๆ โดยอาจจะมีการเชิญผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) ดารา นักร้อง หรือศิลปินต่างๆ มาร่วมภายในงาน เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์สินค้า (Brand Image) รวมถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์และสถานที่ จนถึงการบริหารและควบคุมกิจกรรม ในวันงานทั้งหมด โดยกิจกรรมทางการตลาด สามารถจัดตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า และโรงแรม เป็นต้น และมีระยะเวลาเฉลี่ยในการดำเนินงานตั้งแต่ 1 วัน – 3 เดือน โดยลูกค้าหลัก ในกลุ่มงานประเภทนี้ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม, อุตสาหกรรมของใช้ส่วนตัว และเวชภัณฑ์ (เช่น ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และยา เป็นต้น), อุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน (เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดห้องน้ำ และผลิตภัณฑ์สำหรับกำจัดแมลง เป็นต้น) และอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น

กิจกรรมภายในองค์กร (Corporate Event) นอกเหนือจากการให้บริการการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) บริษัทฯ ให้บริการจัดกิจกรรม ภายในองค์กร (Corporate Event) ตัวอย่างเช่น การจัดประชุมสัมมนา (Seminar) กิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ (Team Building) กิจกรรมอำลาพนักงาน (Staff Farewell) และกิจกรรมงานเลี้ยงปีใหม่ (New Year Party) เป็นต้นโดยหน้าที่ของบริษัทฯ ครอบคลุมตั้งแต่ การออกแบบ และวางแผนการจัดงาน ได้แก่ การคิด ธีมงาน (Theme) คิดกิจกรรมต่างๆ ในงาน รวมถึงการจัดตารางกิจกรรม วางแผนจัดเตรียม

อุปกรณ์และสถานที่ จนถึงการบริหาร และควบคุมกิจกรรมทั้งหมดในงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า สำหรับระยะเวลาในการดำเนินงาน มีระยะเวลาเฉลี่ยในการดำเนินงานตั้งแต่ 1 วัน – 10 วัน

ภาพตัวอย่างงานอีเวนต์ (Event)



งานดิจิทัล (Digital) บริษัทฯ มีการให้บริการงานในรูปแบบดิจิทัลหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การถ่ายทอดสดเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ (Live Streaming) การจัดสัมมนาในรูปแบบออนไลน์ (Virtual Meeting) การทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น แอปพลิเคชันไลน์ (Line) แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) และแอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Instagram) รวมถึงมีการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน เช่น การพัฒนาเกมสำหรับให้ผู้บริหารร่วมงานสนุกในงานอีเวนต์ หรือการทำการตลาดผ่านแอปพลิเคชันสนับสนุนระบบบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management : CRM) ได้แก่ การทำระบบเพื่อรองรับการแจกของรางวัลสมนาคุณให้ลูกค้า เป็นต้น โดยบริษัทฯ มีการดำเนินงานครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา ออกแบบและวางแผนการจัดงาน จนถึงการบริหารและควบคุมกิจกรรมในวันงานทั้งหมด และมีระยะเวลาเฉลี่ยในการดำเนินโครงการตั้งแต่ 1 เดือน – 6 เดือน โดยมีลูกค้าหลักจากกลุ่มอุตสาหกรรมของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (เช่น ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เป็นต้น)

ภาพตัวอย่างงานดิจิทัล (Digital)



งานบริการสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง (Outsourcing Key Account) บริษัทฯ ให้บริการงานสนับสนุน ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับ การจัดกิจกรรมแสดงสินค้า ทั้งในส่วนงานออกบูธสินค้าและงานออกโรดโชว์สินค้า รวมถึงในส่วนงานอีเวนต์ โดยลูกค้าอาจจะเลือกใช้บริการเฉพาะในบางส่วนงานกิจกรรม ซึ่งมีความซับซ้อนไม่มาก เช่น การจัดซื้อจัดจ้างสินค้าต่างๆตามความต้องการของลูกค้า การประสานงานจัดหาพื้นที่จัดงานต่างๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สถานที่จัดงานประชุมต่างๆ และการติดต่อประสานงานจัดหา ศิลปิน พิธีกร และวิทยากร เพื่อมาร่วมสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด เป็นต้น โดย

มีระยะเวลาดำเนินโครงการเฉลี่ย 3 เดือน – 1 ปี โดยลูกค้าหลักในกลุ่มงานประเภทนี้ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม, อุตสาหกรรมของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (เช่น ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และยา เป็นต้น) และอุตสาหกรรมอาหารของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน (เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดห้องน้ำ และผลิตภัณฑ์สำหรับทำจัดแมลง เป็นต้น)

1.2.2.2 บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า (Packing and Logistics)

การบริการบรรจุและจัดส่งสินค้า (Packing and Logistics) สำหรับสินค้าตัวอย่าง สินค้าทดลอง และสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงจัดส่ง ติดตั้งโครงสร้าง และอุปกรณ์การจัดแสดงสินค้า โดยการให้บริการดังกล่าว มุ่งเน้นที่ช่วยอำนวยความสะดวก ควบคุมการต้นทุนในการบรรจุสินค้า การขนส่งเพื่อกระจายสินค้า และอุปกรณ์ติดตั้งไปทั่วประเทศให้แก่ลูกค้า รวมถึงป้องกันสินค้าสูญหาย เสียหายระหว่างขนส่ง และ ณ จุดจำหน่ายสินค้าต่างๆ พร้อมทั้งสามารถให้บริการติดตั้งและการรื้อถอนบูธแสดงสินค้าร่วมด้วย โดยเป็นบริการซึ่งจัดให้มีการดำเนินงานขึ้นตาม เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านคุณภาพ ให้เหมาะสมกับสถานที่ และลักษณะของงานแสดงสินค้าในระหว่างปฏิบัติงาน จะมีพนักงานควบคุมและดูแลความถูกต้อง ของปริมาณสินค้าตลอดการให้บริการ นอกจากการตรวจสอบในส่วนการบรรจุสินค้า เมื่อการขนส่งสินค้าถึงจุดหมาย จะต้องทำการสแกนโค้ด (QR code/ Barcode) เพื่อทำการลงทะเบียนเวลาในการนำส่งสินค้าที่จุดหมาย รวมถึงจะมีการออกรายงานสถานะการขนส่งในแต่ละจุดหมายได้บนเว็บไซต์ สำหรับการให้บริการบรรจุและจัดส่งสินค้าทั้งหมด มีระยะเวลาเฉลี่ยของโครงการตั้งแต่ 1 เดือน – 1 ปี ขึ้นอยู่กับระยะเวลาโครงการของลูกค้า โดยสินค้าของกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ สินค้าจากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม, อุตสาหกรรมของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (เช่น ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และยา เป็นต้น) และอุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน (เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดห้องน้ำ และผลิตภัณฑ์สำหรับทำจัดแมลง เป็นต้น)

ภาพตัวอย่างงานบริการบรรจุและจัดส่งสินค้า (Packing and Logistics)



1.2.2.3 บริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant)

บริษัทฯ ให้บริการพนักงานแนะนำสินค้า ผู้ซึ่งจะมีหน้าที่ในการแนะนำ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสินค้า แจกสินค้าตัวอย่าง สาธิตสินค้า รวมถึงนำเสนอรายการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ของสินค้าที่ได้รับมอบหมายแก่ผู้อุปโภคบริโภค เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจซื้อ และผลักดันยอดขายสินค้าให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด พร้อมทั้งเป็นการขยายสินค้าเข้าถึงกลุ่มผู้อุปโภคบริโภคที่ต้องการมากขึ้น ในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานแนะนำสินค้า อาจอยู่ในรูปแบบประจำอยู่ที่ชั้นวางสินค้า ประจำอยู่ที่จุดตั้งกองแสดงสินค้า หรืองานแสดงสินค้า เพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์ที่จะนำเสนอสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อกลุ่มลูกค้า และช่องทางการขาย ตั้งแต่ปี 2562 ถึง ปี 2566 บริษัทฯ ได้ให้บริการพนักงานแนะนำสินค้าแก่ลูกค้าไปแล้วกว่า 109 บริษัท รวมเป็นแบรนด์สินค้ากว่า 133 เครื่องหมาย โดยมีพนักงานแนะนำสินค้า ซึ่งเป็นพนักงาน ผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแล การปฏิบัติงานของบริษัทฯ ปฏิบัติงานอยู่ ณ จุดขายหลากหลายรูปแบบ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าส่ง รวมถึงร้านค้าปลีกต่างๆ เป็นต้น ครอบคลุมพื้นที่ที่ทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย

บริษัทฯ ให้บริการตั้งแต่การสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสม อบรมวิธีการทำงานผ่านทีมผู้ฝึกอบรมของบริษัทฯ ที่มีทักษะและความชำนาญในด้านการขาย สำหรับช่วยสอน ให้คำแนะนำ ติดตามการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงบริหารและควบคุมมาตรฐานการทำงานของพนักงานแนะนำสินค้าที่ส่งไปปฏิบัติ

หน้าที่ ตามสถานที่ขายสินค้าต่างๆ ทั่วประเทศ นอกจากนี้ บริษัทฯ มีทีมงานวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำ รายงาน เพื่อวัดผลและปรับกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน ในส่วนของสถานที่ปฏิบัติงานจะปฏิบัติงานตามสถานที่จัดจำหน่าย สินค้าของลูกค้า ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าส่ง ร้านขายยา และบริเวณจุดขายสินค้าในงานแสดงสินค้า เป็นต้น และ สำหรับระยะเวลาการให้บริการ มีระยะเวลาการให้บริการเฉลี่ยตั้งแต่ 3 เดือน - 1 ปี โดยสินค้าของกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ สินค้าจากอุตสาหกรรม อาหารและเครื่องดื่ม, อุตสาหกรรมของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (เช่น ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และยา เป็นต้น) และอุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน (เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดห้องน้ำ และผลิตภัณฑ์สำหรับกำจัดแมลง เป็นต้น)

ภาพตัวอย่างงานบริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant)



1.2.2.4 บริการจัดเรียงสินค้า (Merchandiser)

บริษัทฯ ให้บริการพนักงานจัดเรียงสินค้า ซึ่งมีหน้าที่ในการดูแลความพร้อมของสินค้า ณ จุดขาย โดยมีหน้าที่ รับผิดชอบหลัก เช่น การควบคุมดูแลสินค้าหน้าร้านให้เพียงพอต่อการขาย การตรวจสอบอายุของสินค้าหน้าร้าน การจัดเรียงสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน บริหารจัดการสินค้าคงเหลือ ดูแลป้ายราคาสินค้า รวมถึงการดูแลรายการส่งเสริม การขาย เช่น การจัดหาได้พื้นที่พิเศษสำหรับการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบการตั้งกอง และโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ประจำเดือน ตามช่องทางจำหน่ายต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทฯ สามารถดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ของสินค้าคู่แข่งในตลาดของลูกค้า เพื่อจัดทำรายงานสรุปผลให้แก่ลูกค้าและใช้วางแผนกลยุทธ์ต่อไป โดยมีจุดประสงค์ เพื่อเพิ่มความพร้อมในการขายให้แก่สินค้า และนำมาสู่ยอดขายสินค้าและผลประกอบการเพิ่มสูงขึ้น สำหรับให้บริการ พนักงานจัดเรียงสินค้า บริษัทฯสามารถให้บริการครอบคลุมจะมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการสินค้าที่ขาย ทั้งในห้าง สรรพสินค้าขนาดใหญ่ หรือร้านสะดวกซื้อต่างๆทั่วประเทศ โดยในปัจจุบันในตลาดมีจำนวนสินค้า แบนด์และช่องทางการ จัดจำหน่ายที่มากขึ้น ทำให้ความต้องการใช้บริการพนักงานจัดเรียงสินค้าเพิ่มขึ้นเช่นกัน ตั้งแต่ปี 2562 ถึง ปี 2566 บริษัทฯ ได้ให้บริการจัดเรียงสินค้าแก่ลูกค้าไปแล้วกว่า 58 บริษัท รวมเป็นแบนด์สินค้ากว่า 89 เครื่องหมาย โดยมี พนักงานจัดเรียงสินค้า ซึ่งเป็นพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลการปฏิบัติงาน ของบริษัทฯ ปฏิบัติงานอยู่ ณ จุดขายหลากหลายรูปแบบ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าส่ง รวมถึงร้านค้าปลีกต่างๆ เป็นต้น ครอบคลุมพื้นที่ทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย

บริษัทฯ ให้บริการตั้งแต่การสรรหาพนักงานจัดเรียงสินค้า ฝึกอบรมทักษะที่เกี่ยวข้องให้พนักงาน เช่น ความรู้ที่ เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ทักษะการจัดเรียงสินค้า การเก็บข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันของบริษัทฯ การจดบันทึกและการ วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น และดำเนินการควบคุมมาตรฐานการทำงานของพนักงานจัดเรียงสินค้า รวมถึงออก รายงานสรุปผลการดำเนินงานให้แก่ลูกค้า ซึ่งอาจมีรูปแบบรายงานเป็นความถี่แบบรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน ตามที่ตกลงกัน และสำหรับ ระยะเวลาการให้บริการ มีระยะเวลาการให้บริการเฉลี่ยตั้งแต่ 3 เดือน - 1 ปี โดยสินค้าของ กลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ สินค้าจากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม, อุตสาหกรรมของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ (เช่น

ผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และยา เป็นต้น) และอุตสาหกรรมของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน (เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดห้องน้ำ และผลิตภัณฑ์สำหรับ ทำจัดแมลง เป็นต้น)

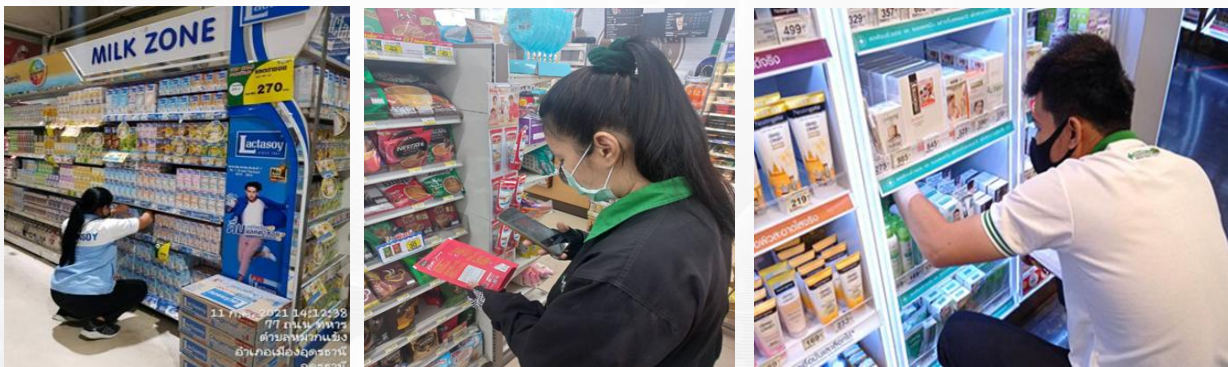
โดยบริการจัดเรียงสินค้า สามารถแบ่งรูปแบบการให้บริการได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

บริการจัดเรียงสินค้า แบบเฉพาะเจาะจงลูกค้า (Dedicated Merchandiser) บริษัทฯ ให้บริการพนักงานจัดเรียงสินค้ารูปแบบเฉพาะ โดยพนักงาน 1 คน จะดูแลลูกค้าเพียง 1 บริษัทเท่านั้น โดยพนักงานจัดเรียงสามารถมีเวลาในการจัดเรียงสินค้าได้อย่างเต็มที่ตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้สามารถปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมข้อมูลจากรายงานแบบมาตรฐานทั่วไปได้ เช่น รายงานสัดส่วนพื้นที่ของสินค้าบนชั้นวางสินค้า (Share of Shelf) รายงานแบบสอบถาม การสำรวจ Promotion การเก็บข้อมูลทางด้านการตลาด การเก็บข้อมูลสินค้าคู่แข่ง และอื่นๆ ตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น จึงเป็นรูปแบบบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าที่มีแบรนด์ หรือผลิตภัณฑ์สินค้าจำนวนมาก และต้องการให้บริการดูแลแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งจะสามารถตอบสนองความยืดหยุ่นในส่วนของการดำเนินงาน หรือกลยุทธ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วได้

บริการจัดเรียงสินค้า แบบใช้ร่วมกัน (Shared Merchandiser) บริษัทฯ ให้บริการพนักงานจัดเรียงสินค้าแบบใช้ร่วมกัน โดยมีลักษณะเป็นการใช้พนักงานจัดเรียงสินค้า 1 คน ดูแลสินค้าจากลูกค้าหลายบริษัท โดยพนักงานจัดเรียงจะต้องจัดเรียงสินค้าในเวลาตามแผนงานที่กำหนด ซึ่งส่งผลให้มีความยืดหยุ่นในส่วนงานสนับสนุนอื่นๆ ที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริการแบบเฉพาะเจาะจงลูกค้า เช่น การเก็บข้อมูลคู่แข่ง และรูปแบบและความถี่ในการออกรายงาน เป็นต้น จึงเป็นรูปแบบบริการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าที่มีแบรนด์สินค้า หรือผลิตภัณฑ์จำนวนน้อย และต้องการการให้บริการแบบพื้นฐาน

งานบริการที่เกี่ยวข้อง (Outsourcing Services) บริษัทฯ ให้บริการส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานจัดเรียงสินค้า โดยลูกค้าอาจเลือกรับบริการเป็นการเฉพาะในบางส่วนงาน ซึ่งเป็นงานที่มีความซับซ้อนไม่มาก เช่น การให้บริการของ บริษัทฯ ในขั้นตอนการอบรมพนักงาน และการบริหารจัดการพนักงานที่รับโอนย้ายมาจากอีกบริษัทหนึ่งหรือจากบริษัทผู้ว่าจ้าง มาเป็นพนักงานประจำของบริษัทฯ ระหว่างที่ปฏิบัติงาน ในโครงการ เพื่อให้พร้อมสำหรับการปฏิบัติงานจริง เป็นต้น โดยลูกค้าเลือกกว่าจ้างบริการจัดเรียงสินค้า แบบงานบริการที่เกี่ยวข้อง (Outsourcing Key Account) เนื่องจาก บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในด้านบริหารจัดการพนักงานได้แบบครบวงจร ช่วยลดภาระในการจัดการบุคลากรของลูกค้าลง เมื่อเทียบกับการรับเป็นพนักงานประจำไว้เอง นอกจากนี้บริษัทฯ มีบริการรวบรวมข้อมูล และจัดทำ Report เพื่อติดตามสถานะ ความก้าวหน้าของโครงการ และกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างใกล้ชิด ทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ หากลูกค้าต้องการเปลี่ยนพนักงานบริการลูกค้าจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าชดเชยตามกฎหมายแรงงานให้แก่ทางพนักงานเอง

ภาพตัวอย่างงานบริการจัดเรียงสินค้า (Merchandiser)



1.2.2.5 ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า (Distributor)

บริษัทฯ ได้ขยายบริการใหม่ ในการเข้าไปเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Distributor) โดยการดำเนินธุรกิจดังกล่าว บริษัทฯ จะได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับเจ้าของสินค้า ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (Product Introduction) จนถึงขั้นที่สินค้าได้ไปอยู่ในมือผู้บริโภค (Off Take) รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงช่องทางขายต่างๆ (Distribution Channel) ซึ่งจะทำให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคในช่องทางที่มากขึ้น จากการดำเนินธุรกิจและการให้บริการดังกล่าวทำให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าได้ เมื่อธุรกิจมีการเติบโต

1.2.3 ลักษณะลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ ทั้งบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล บริการจัดเรียงสินค้า บริการพนักงานแนะนำสินค้า และบริการบรรจุและจัดส่งสินค้าเป็นลูกค้า คือ บริษัทเอกชนกลุ่มที่มีความต้องการเพิ่มการรับรู้สินค้าและแบรนด์ของบริษัท และต้องการนำกิจกรรมทางการตลาดประเภทต่างๆ เพื่อมาช่วยผลักดันยอดขายของสินค้าให้เติบโตขึ้น ผ่านการดำเนินการจัดกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้สินค้าและแบรนด์ของบริษัท โดยกลุ่มลูกค้าหลักที่บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญ ได้แก่ ลูกค้าในอุตสาหกรรมกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีตัวอย่างลักษณะธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจเครื่องดื่ม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ธุรกิจผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า และธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นต้น โดยสามารถแบ่งกลุ่มลูกค้าหลักตามประเภทบริการของบริษัทฯ อ้างอิงจากรายได้การบริการในปี 2566 และ ปี 2567 ได้ดังนี้

ประเภทธุรกิจลูกค้า แบ่งตามบริการของบริษัทฯ	จำนวนแบรนด์ สินค้า (แบรนด์) ปี 2566	สัดส่วนรายได้ (บาท) ปี 2566	จำนวนแบรนด์ สินค้า (แบรนด์) ปี 2567	สัดส่วนรายได้ (บาท) ปี 2567
1. บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด และดิจิทัล	100	164.84	83	153.41
1) อาหารและเครื่องดื่ม	38	70.57	32	63.03
2) ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์	24	49.38	23	54.18
3) ของใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน	13	11.87	1	3.91
4) คอมเมิร์ซ /การพาณิชย์	8	10.37	14	15.46
5) ยานยนต์	2	10.73	5	7.28
6) ธุรกิจประกันภัย และ ธนาคาร	2	0.50	2	1.10
7) ธุรกิจเกษตร	2	0.46	-	-
8) เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	2	0.42	1	1.14
9) วัสดุก่อสร้าง	3	7.12	2	4.87
10) บริการเฉพาะกิจ	4	1.48	-	-
11) อื่นๆ	2	1.97	1	0.39

2. บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า	22	17.07	17	11.75
1) ขອງใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์	10	7.78	7	9.31
2) อาหารและเครื่องดื่ม	4	2.85	6	1.94
3) ขອງใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน	4	4.80	1	0.22
4) ยานยนต์	1	1.02	2	0.26
5) อื่นๆ	3	0.62	1	0.02
3. บริการพนักงานแนะนำสินค้า	69	120.11	61	163.19
1) อาหารและเครื่องดื่ม	49	49	32	33.51
2) ขອງใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์	13	13	26	76.88
3) ขອງใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน	4	4	-	-
4) อาหารสัตว์เลี้ยง	3	3	2	9.16
5) วัสดุก่อสร้าง	-	-	1	43.64
4. บริการจัดเรียงสินค้า	37	154.79	66	257.62
1) อาหารและเครื่องดื่ม	23	103.97	43	181.63
2) ขອງใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์	12	45.82	21	68.55
3) ขອງใช้ในครัวเรือนและสำนักงาน	1	0.14	-	-
4) อาหารสัตว์เลี้ยง	1	4.86	2	7.43
5) อื่นๆ	-	-	-	-
5. จัดจำหน่ายสินค้า	15	14.28	15	71.58

1.2.4 กลยุทธ์การหาลูกค้าใหม่และช่องทางการประชาสัมพันธ์ธุรกิจบริการ

บริษัทฯ มีช่องทางสำคัญในการขยายเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ คือการติดต่อโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Cold Calling) โดยทีมพัฒนารุทกิจติดต่อเข้าไปหาลูกค้า พร้อมขอแนะนำเสนอบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งบริษัทฯ มีวิธีการคัดเลือกลูกค้า โดยการเลือกจากบริษัทเป้าหมายที่มีสินค้าเป็นที่รู้จักในตลาด และมีแนวโน้มที่จะมีความต้องการในการทำธุรกรรมทางการตลาด หรือกำลังดำเนินการทางการตลาดอยู่ในปัจจุบัน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าอื่นๆ ได้แก่ การแนะนำของลูกค้าเดิม (Word of Mouth) ซึ่งเป็นการแนะนำบริษัทฯ โดยลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัทฯ รวมถึงการได้รับแนะนำผ่านการสอบถามจากพนักงานที่ควบคุมดูแล โดยบริษัทฯ ณ สถานที่ปฏิบัติงาน กล่าวคือลูกค้าเห็นความสามารถของพนักงานขณะปฏิบัติงาน จึงเกิดความสนใจและติดต่อสอบถามผ่านพนักงาน และยังสามารถติดต่อผ่านช่องทางเว็บไซต์ (Website) ของบริษัทฯ ซึ่งจะมีพนักงานคอยทำหน้าที่ประสานงานและให้ข้อมูลด้านบริการแก่ลูกค้าได้อย่างครบถ้วน

สำหรับกลุ่มลูกค้าเดิม บริษัทฯ มีทีมงานดูแลและคอยติดต่อกับลูกค้า เพื่อพูดคุยและสอบถามเกี่ยวกับ งานบริการและความต้องการเพิ่มเติมอยู่เป็นระยะๆ เพื่อรักษาโอกาสในการนำเสนอบริการของบริษัทฯ ให้แก่ลูกค้า ซึ่งจากการที่บริษัทฯ มีบริการที่หลากหลาย และสามารถส่งมอบผลงานได้ตามที่ลูกค้าคาดหวัง ทำให้บริษัทฯ ได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าเดิม และได้รับโอกาสให้เข้าไปนำเสนอบริการอย่างต่อเนื่อง

1.2.5 การจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ

1.2.5.1 ขั้นตอนการให้บริการธุรกิจในกลุ่มบริการกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activation)

1.2.5.2 การจัดหาสินค้า หรือบริการ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการ

การจัดหาสินค้า หรือบริการในการดำเนินโครงการ เป็นขั้นตอนหลักในการจัดกิจกรรม โดยเฉพาะในบริการการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัลของบริษัทฯ ซึ่งต้องมีการจัดหาโครงสร้างอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้ในการจัดงานชุดยูนิฟอร์มสำหรับการดำเนินงาน รวมถึงของขวัญสำหรับลูกค้าต่างๆ เป็นต้น โดยมีรายละเอียดการดำเนินการหลักดังนี้

1.2.5.3 การจัดหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource)

การหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) มีความสำคัญอย่างมากต่อการให้บริการทุกกลุ่มของบริษัทฯ เนื่องจากเป็นทรัพยากรหลักในการดำเนินการในการให้บริการ ทั้งในส่วนการจัดเรียงสินค้า บริการพนักงานแนะนำสินค้า รวมถึงบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล ซึ่งต้องมีการสรรหาพนักงานทั้งในส่วนพนักงานจัดเรียงสินค้า พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานประจำบูธสินค้า รวมถึงพนักงานสำหรับการออกโรดโชว์สินค้าตามสถานที่ต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับแต่ละโครงการและความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับระบบฐานข้อมูลจัดเก็บข้อมูลพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ของบริษัทฯ เพื่อให้บริษัทฯ มีบุคลากรที่เพียงพอต่อการให้บริการกับลูกค้า และมีความสามารถในการสรรหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่มีคุณภาพได้อย่างรวดเร็ว โดยบริษัทฯ ได้มีการสรรหาพนักงาน และ/หรือพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) จากหลายช่องทาง ได้แก่ เว็บไซต์จัดหางาน กลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์ การออกบูธ หรือการจัดโรดโชว์ ตามมหาวิทยาลัย รวมถึงการเข้ามาสมัครกับบริษัทฯ โดยตรง (Walk-in) หรือเว็บไซต์ของบริษัทฯ และมีการพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลผู้สมัครจากแหล่งต่างๆ อย่างเป็นระบบ

บริษัทฯ มีขั้นตอนการหาบุคลากรภายนอก (Outsource) สำหรับการดำเนินโครงการ ดังนี้

- 1) เมื่อลูกค้าอนุมัติรายละเอียดโครงการ ทีมปฏิบัติการจะส่งใบขอกำลังคนพร้อมแบบเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้แผนกทรัพยากรบุคคล สรรหาและคัดเลือกพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการที่ได้รับจากลูกค้า
- 2) พนักงานสรรหา และทีมปฏิบัติการ ดำเนินการสรรหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) จากฐานข้อมูลพนักงานของบริษัทฯ ในระบบ M Jobs โดยรวบรวมข้อมูลพนักงานทั้งจากการจ้างงานจริง และการสรรหาจากช่องทางอื่นๆ ได้แก่ เว็บไซต์จัดหางาน กลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มในแอปพลิเคชันไลน์ (Line) หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) การออกบูธหรือการจัดโรดโชว์ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ รวมถึงการเข้ามาสมัครกับบริษัทฯ โดยตรง (Walk-in) หรือเว็บไซต์ของบริษัทฯ โดยจะมีการกระบวนการคัดเลือกโดยใช้การแคสติ้ง (Casting) และสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้บุคลากรที่เหมาะสมตามหน้าที่ในโครงการที่สุด
- 3) เมื่อพนักงานผู้ให้บริการผ่านการคัดเลือก บริษัทฯ จะดำเนินการนัดวันอบรมงาน โดยจะมีการแนะนำการใช้แอปพลิเคชันของบริษัทฯ (M Jobs) เพื่อให้พนักงานที่ผ่านการคัดเลือกเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนและเทคนิคในการขายสำหรับการส่งเสริมการขายสินค้า อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีการทำรายงานข้อมูลในแอปพลิเคชันแอปชีต (App Sheet) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลการขาย และตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPI) ต่างๆ ของโครงการ
- 4) พนักงานผู้ให้บริการเข้าปฏิบัติงานตามที่กำหนดในแผนการดำเนินงานของโครงการ ตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนด โดยมีพนักงานผู้ควบคุมงาน (Supervisor) ควบคุมดูแลภาพรวมและมาตรฐานการทำงาน รวมไปถึงแก้ไขปัญหาต่างๆ เช่น การส่งสินค้าเข้าห้างสรรพสินค้า หรือรูปแบบการจัดเรียงสินค้าในสถานที่จัดจำหน่าย อีกทั้งการตรวจสอบการทำงานของทีมงาน เช่น การเข้าออก สถานที่ทำงาน และระบบการให้ผลตอบแทน (Incentive) อื่นๆ ผ่านระบบ M Jobs และยังมีทีมตรวจสอบ (Monitor) ตรวจสอบรายงาน

ผลการปฏิบัติงานของพนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงพนักงานผู้ควบคุมงาน ว่าดำเนินการครบถ้วนและถูกต้องตามที่ตกลงกับลูกค้า

- 5) บริษัทฯ ดำเนินการจ่ายค่าจ้างให้แก่พนักงานผู้ให้บริการ โดยคำนวณค่าจ้างอ้างอิงข้อมูลจากรายงานการทำงานของพนักงานผู้ให้บริการ

1.2.6 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีทรัพย์สินหลักที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนี้

1.2.6.1 สินทรัพย์ถาวรที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

รายละเอียดสินทรัพย์ถาวรของบริษัทฯ ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจที่สำคัญ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลำดับ	ประเภท	เจ้าของกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าตามบัญชี สุทธิ ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2567 (ล้านบาท)	การใช้ประโยชน์ ในทรัพย์สิน
1	ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์				ใช้ในการดำเนินงาน
	ที่ดิน	เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักประกันไม่มี	1.5 8.5	
	อาคาร	เป็นเจ้าของ	จดจำนองเป็นหลักประกันเงินไม่มี	2.25 34.20	
	อุปกรณ์สำนักงาน	เป็นเจ้าของ	ไม่มี	4.48	
	ยานพาหนะ	เป็นเจ้าของ / ไม่เป็นเจ้าของ	ไม่มี / ติดภาระ สัญญาเช่าซื้อ	1.04	
2	สินทรัพย์ไม่มีตัวตน			4.15	ใช้ในการดำเนินงาน
รวม				56.47	

1.2.6.2 สรุปสาระสำคัญของสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ

- 1) สัญญาให้บริการแก่ลูกค้าของบริษัทฯ** ในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ จะมีการพิจารณาเข้าทำสัญญาการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าในโครงการมูลค่าขนาดใหญ่ และ/หรือมีระยะเวลาการดำเนินงานต่อเนื่องระยะมากกว่า 1 เดือน และ/หรืองานที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานหรือบริหารจัดการพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ซึ่งเป็นงานในกลุ่มบริการพนักงานแนะนำสินค้า และบริการจัดเรียงสินค้า โดยบริษัทฯ จะให้บริการตามข้อมูลและรายละเอียดที่ระบุไว้ในสัญญา รวมไปถึงมีขอบเขตงานการให้บริการโดยสังเขปดังนี้

ลำดับ	ประเภทบริการ	ขอบเขตงาน
1	บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล	ดำเนินการจัดกิจกรรม เปิดตัวแสดงผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลและสนใจกับตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุด ผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ เช่น การจัดอีเวนต์ (Event) การจัดตั้งบูธสินค้า (Booth) การจัดโรดโชว์สินค้า (Roadshow) เป็นต้น ระยะเวลาสัญญา : อยู่ในการรอบการดำเนินงาน 1 ปี
2	บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า	บรรจุจัดส่งและส่งมอบสินค้าตามแผนการจัดส่งและตามสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด พร้อมทั้งสามารถให้บริการติดตั้งและการรีต่อนบูธแสดงสินค้าร่วมด้วย ระยะเวลาสัญญา : อยู่ในการรอบการดำเนินงาน 1 ปี
3	บริการพนักงานแนะนำสินค้า	สรรหาและอบรม (Training) พนักงานแนะนำสินค้า ซึ่งเป็นพนักงานให้บริการภายนอก (Outsource) รวมไปการควบคุมงานโดย ผู้ควบคุมงาน (Supervisor) ที่คอยตรวจสอบการปฏิบัติงาน และคุณภาพเพื่อดำเนินงาน สินค้าตามห้างสรรพสินค้า หรือจุดที่ลูกค้ากำหนด โดยสินค้าของลูกค้า จะได้รับการแนะนำแก่ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความต้องการใช้สินค้าของลูกค้า ระยะเวลาสัญญา : อยู่ในการรอบการดำเนินงาน 1-3 ปี
4	บริการจัดเรียงสินค้า	สรรหาพนักงานจัดเรียงสินค้าและจัดอบรมให้กับพนักงานให้บริการภายนอก (Outsource) ซึ่งเป็นการสรรหาโดยบริษัทฯ หรือการรับถ่ายโอนพนักงานจากลูกค้ามาบริหารจัดการ เพื่อปฏิบัติหน้าที่ในช่องทางการขายตามที่กำหนด รวมไปการควบคุมงานโดยผู้ควบคุมงาน (Supervisor) ที่คอยตรวจสอบการปฏิบัติงานและคุณภาพ ของพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ระยะเวลาสัญญา : อยู่ในการรอบการดำเนินงาน 1-2 ปี
5	ผู้จัดจำหน่ายสินค้า	บริหารจัดการคำสั่งซื้อจากร้านค้าจากช่องทางการจัดจำหน่ายต่างๆ และสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า เข้ามาบริหารภายในคลังสินค้าของบริษัทฯ พร้อมทั้งเป็นผู้รับผิดชอบการกระจายสินค้าหรือส่งมอบสินค้าให้แก่ร้านค้าในแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย และรับชำระเงินจากการขายสินค้าในนามของบริษัทฯ ระยะเวลาสัญญา : คาดการณ์กรอบการดำเนินงาน 1-2 ปี

2) สัญญาจ้างพนักงาน ปัจจุบันบริษัทฯ มีพนักงานที่อยู่ในการบริหารจัดการทั้งหมด 3 กลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

ลำดับ	กลุ่มพนักงาน	ลักษณะสัญญา
1	พนักงานประจำของบริษัทฯ	บริษัทฯ จัดจ้างพนักงานในลักษณะสัญญาจ้างแรงงาน ความรับผิดชอบของบริษัทฯ : บริษัทฯ มีหน้าที่รับผิดชอบพนักงานตามกฎหมายแรงงาน
2	พนักงานรับโอนจากบริษัทลูกฯ	บริษัทฯ มีการดำเนินการทำสัญญา 2 ส่วน ดังนี้ 1) สัญญาโอนย้ายพนักงานระหว่างบริษัทฯ และบริษัทลูกฯ 2) สัญญาจ้างแรงงาน ของพนักงานให้บริการภายนอก (Outsource) ที่รับโอนกับบริษัทฯ ความรับผิดชอบของบริษัทฯ : เนื่องด้วยบริษัทฯ ได้มีการทำสัญญาการรับโอนย้ายพนักงานกับบริษัทลูกฯในแง่ของการบริหารจัดการเท่านั้น ดังนั้นหน้าที่การรับผิดชอบพนักงานในฐานะลูกจ้างยังคงเป็นของบริษัทลูกฯ โดยภาระค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นในเรื่องการจ่ายค่าชดเชยแรงงานต่างๆ ตามกฎหมายแรงงาน บริษัทฯ สามารถเรียกเก็บกับลูกฯได้
3	พนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource)	สัญญาจ้างบริการเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาด (สัญญาจ้างทำของ) ความรับผิดชอบของบริษัทฯ : บริษัทฯ ไม่มีภาระหน้าต่อพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ตามสัญญาจ้างแรงงานตามกฎหมายแรงงาน

3) สัญญาเช่าพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับสำนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีการเช่าพื้นที่บริเวณสำนักงาน สำหรับใช้เพื่อจอดรถยนต์พาหนะ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ลักษณะสัญญาเช่า	สัญญาให้ใช้ประโยชน์ที่ดินบางส่วน เพื่อใช้สำหรับจอดรถยนต์
ผู้เช่า	บริษัทฯ
ผู้ให้เช่า	บุคคลที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ
สถานที่เช่า	ที่ดินโฉนดเลขที่ 173180 เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ประมาณ 200 ตารางวา
ระยะเวลา	1 กรกฎาคม 2567 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2567
อัตราค่าบริการ	19,000 บาทต่อเดือน
ข้อกำหนดที่สำคัญ	หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสงค์จะบอกเลิกสัญญา ให้แจ้งล่วงหน้าอย่างน้อย 30 วัน กับอีกฝ่ายหนึ่ง

4) สัญญาเช่าโกดัง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ ได้เช่าโกดังเก็บสินค้า เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ลักษณะสัญญาเช่า	สัญญาเช่าอาคารสำหรับเป็นโกดังเก็บสินค้า
ผู้เช่า	บริษัทฯ
ผู้ให้เช่า	นิติบุคคลที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ
สถานที่เช่า	อาคารพร้อมที่ดินบางส่วน เลขที่ 43 ซอยลาดพร้าว 101 ซอย 42 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
ระยะเวลา	สัญญาตั้งแต่ 1 มกราคม 2567 ถึง 31 ธันวาคม 2567
อัตราค่าบริการ	70,000 บาทต่อเดือน
ข้อกำหนดที่สำคัญ	ผู้เช่าจะต้องไม่ให้ผู้ใดเช่าช่วงอาคารที่เช่า ไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และผู้เช่าจะไม่รับผู้ใดเข้ามาใช้สถานที่ที่เช่านี้ เพื่อประกอบธุรกิจใดๆ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ถ้าผู้เช่าค้างชำระค่าเช่างวดใดงวดหนึ่ง หรือประพฤติดังกล่าวข้อหนึ่งข้อใด ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม ให้ถือว่าสัญญานี้สิ้นสุดทันทีโดยมีต้องบอกกล่าว และผู้เช่ายอมให้ผู้ให้เช่ากลับเข้าครอบครองทรัพย์สินที่เช่าได้ทันที
ลักษณะสัญญาเช่า	สัญญาเช่าอาคารสำหรับเป็นโกดังเก็บสินค้า
ผู้เช่า	บริษัทฯ
ผู้ให้เช่า	บุคคลธรรมดาที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ
สถานที่เช่า	โฉนดที่ดินเลขที่ 17393 เลขที่ดิน 21 ตำบล/แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม.
ระยะเวลา	สัญญาตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2567 ถึง 31 พฤษภาคม 2568
อัตราค่าบริการ	55,000 บาทต่อเดือน
ข้อกำหนดที่สำคัญ	ผู้เช่าจะต้องไม่ให้ผู้ใดเช่าช่วงอาคารที่เช่า ไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และผู้เช่าจะไม่รับผู้ใดเข้ามาใช้สถานที่ที่เช่านี้ เพื่อประกอบธุรกิจใดๆ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ถ้าผู้เช่าค้างชำระค่าเช่างวดใดงวดหนึ่ง หรือประพฤติดังกล่าวข้อหนึ่งข้อใด ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม ให้ถือว่าสัญญานี้สิ้นสุดทันทีโดยมีต้องบอกกล่าว และผู้เช่ายอมให้ผู้ให้เช่ากลับเข้าครอบครองทรัพย์สินที่เช่าได้ทันที

ลักษณะสัญญาเช่า	สัญญาเช่าอาคารสำหรับเป็นโกดังเก็บสินค้า
ผู้เช่า	บริษัทฯ
ผู้ให้เช่า	นิติบุคคลที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ
สถานที่เช่า	9/101 ซอยนวลจันทร์ 56 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กทม.
ระยะเวลา	สัญญาตั้งแต่ 9 เมษายน 2567 ถึง 8 เมษายน 2568
อัตราค่าบริการ	55,000 บาทต่อเดือน
ข้อกำหนดที่สำคัญ	ผู้เช่าจะต้องไม่ให้ผู้ใดเช่าช่วงอาคารที่เช่า ไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และผู้เช่าจะไม่รับผู้ใดเข้ามาใช้สถานที่ที่เช่านี้ เพื่อประกอบธุรกิจใดๆ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมจากผู้ให้เช่า เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ถ้าผู้เช่าค้างชำระค่าเช่างวดใดงวดหนึ่ง หรือประพฤติดังกล่าวข้อหนึ่งข้อใด ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตาม ให้ถือว่าสัญญานี้สิ้นสุดทันทีโดยมีต้องบอกกล่าว และผู้เช่ายอมให้ผู้ให้เช่ากลับเข้าครอบครองทรัพย์สินที่เช่าได้ทันที

5) สัญญาเช่าซื้อเครื่องใช้สำนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าซื้อเครื่องใช้สำนักงาน เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 1 รายการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ลำดับ	ประเภทสินค้าเช่า	วันที่ทำสัญญา	ระยะเวลา	มูลค่าเช่าซื้อตามสัญญา	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	ผู้ครอบครอง
1	เครื่องถ่ายเอกสาร จำนวน 2 เครื่อง	19 กุมภาพันธ์ 2564	60 เดือน	0.23 ล้านบาท	นิติบุคคลที่ไม่มี ความเกี่ยวข้อง กับบริษัทฯ	บริษัทฯ
2	เครื่องถ่ายเอกสาร 1 เครื่อง	30 พฤษภาคม 2567	48 เดือน	0.15 ล้านบาท		

6) สัญญาเช่าซื้อรถ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีสัญญาเช่าซื้อรถยนต์ เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 1 คัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ลำดับ	ยี่ห้อ / รุ่น	วันที่ทำสัญญา	ระยะเวลา	มูลค่าเช่าซื้อตามสัญญา	ผู้ถือกรรมสิทธิ์	ผู้ครอบครอง
1	รถตู้ Volkswagen Caravelle จำนวน 1 คัน	27 มกราคม 2563	60 เดือน	4.04 ล้านบาท	นิติบุคคลที่ไม่มี ความเกี่ยวข้อง กับบริษัทฯ	บริษัทฯ

7) สัญญาสินเชื่อเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีวงเงินสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์ 1 แห่ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทเงินกู้ยืม	วันที่สัญญา	วงเงิน กู้ยืม (ล้านบาท)	ภาระหนี้คงค้าง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 (ล้านบาท)	อัตราดอกเบี้ย (ร้อยละต่อปี)	หลักประกัน	ข้อกำหนดเกี่ยวกับอัตราส่วน ทางการเงิน และสัดส่วน การถือหุ้นที่สำคัญ
สถาบันการเงินแห่งที่ 1						
วงเงินกู้เบิกเกินบัญชี (O/D)	28 ธันวาคม 2564	5.00	-	MRR + ร้อยละ 1.50	ที่ดินโฉนดเลขที่ 4090 พร้อมสิ่งปลูกสร้าง	-ไม่มี-
หนังสือค้ำประกัน (LG)	15 พฤศจิกายน 2567	22.00	-	MRR + ร้อยละ 1.75	ที่ดินโฉนดเลขที่ 4090 พร้อมสิ่งปลูกสร้างและเงิน ฝากธนาคาร จำนวน 4 ล้าน	-ไม่มี-

8) กรณธรรม์ประกันภัย กรณธรรม์ประกันภัยของบริษัทฯ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	ประเภทประกัน / รายละเอียดทรัพย์สินเอาประกัน	ผู้เอา ประกันภัย	ผู้รับผลประโยชน์	วงเงินประกัน (ล้านบาท)	ระยะเวลาเอาประกันภัย
1	ประกันภัยเบ็ดเตล็ด / เพื่อคุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของ ทรัพย์สินเอาประกันภัย ซึ่งเกิดจากภัยที่ได้รับความคุ้มครอง และ ความรับผิดชอบตามกฎหมายต่อบุคคลภายนอก	บริษัทฯ	บริษัทฯ	50.00	6 สิงหาคม 2567 ถึง 6 สิงหาคม 2570
2	ประกันภัยอัคคีภัย / เพื่อคุ้มครองความสูญเสียหรือเสียหายของ ทรัพย์สินเอาประกันภัย ซึ่งเกิดจากอัคคีภัย และภัยเพิ่มเติม เช่น ภัยพายุ ภัยน้ำท่วม และภัยแผ่นดินไหว เป็นต้น	บริษัทฯ	บริษัทฯ	6.00	1 สิงหาคม 2567 ถึง 1 สิงหาคม 2566 (ต่ออายุสำหรับ 1 สิงหาคม 2566 ถึง 1 สิงหาคม 2568 เรียบร้อยแล้ว)
3	ประกันภัยรถยนต์ / เพื่อคุ้มครองความเสียหายหรือสูญเสียจาก การใช้รถยนต์	บริษัทฯ	บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง (ผู้ให้เช่าซื้อ)	2.20	25 มกราคม 2567 ถึง 25 มกราคม 2568

หมายเหตุ : กรณธรรม์แต่ละฉบับมีวงเงินประกันเพียงพอครอบคลุมต่อมูลค่าทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องแล้ว

1.2. กฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากบริษัทฯ ประกอบธุรกิจที่ต้องมีการบริหารจัดการพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) จำนวนมาก ดังนั้น หลักกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ จึงเกี่ยวข้องกับการจ้างงานพนักงานในกลุ่มต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลำดับ	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่เกี่ยวข้อง	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
1	การทำสัญญาจ้างแรงงาน สำหรับพนักงานประจำสำนักงาน และพนักงานที่ได้รับโอนมาจากบริษัทลูก	พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (กฎหมายแรงงาน)
2	การทำสัญญาจ้างทำของ สำหรับพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource)	มาตรา 587 ของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ป.พ.พ)
3	การเก็บรวบรวม ใช้ เปิดเผย และ/หรือโอนข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ลูกค้าผู้ใช้บริการและผู้ติดต่อธุรกิจของบริษัทฯ 2) พนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) และ 3) พนักงานประจำของบริษัทฯ	พ.ร.บ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เรื่องมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของผู้ควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2565 ประกาศคณะกรรมการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการในการจัดทำและเก็บรักษาบันทึกการของกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับผู้ประมวลผลข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2565

ทั้งนี้ สัญญาจ้างแรงงาน และสัญญาจ้างทำของ มีจุดมุ่งหมายและความคาดหวังจากการทำงานจากลูกจ้างที่มีความแตกต่างกัน โดยสัญญาจ้างแรงงานเป็นสัญญาที่บังคับใช้สำหรับพนักงานที่เป็นลูกจ้างประจำ รวมไปถึงกลุ่มพนักงานที่รับโอนย้ายมาจากบริษัทลูกฯ ที่มีการคาดหวังการทำงานสม่ำเสมอตามที่ตกลง อย่างไรก็ตาม สำหรับพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) เป็นการจ้างงานที่มีระยะสั้นกว่า มีกำหนดระยะเวลาการจ้างแน่นอนแต่อาจมีการปรับเปลี่ยนแผนการทำงานบ่อยครั้ง ซึ่งผลตอบแทนจากการทำงานจะแปรผันกับสัดส่วนความสำเร็จของงาน ตามตัวชี้วัด (KPI) ที่ตกลงกัน

1.2.10 งานที่ยังไม่ส่งมอบ

-ไม่มี-

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

1.3.1 โครงสร้างการถือหุ้นของบริษัทฯ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีการเชิ่ดสัญญาร่วมลงทุนกับบริษัทที่ประกอบธุรกิจให้บริการด้านสิ่งพิมพ์แบบครบวงจร

1.3.2 บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งถือหุ้นในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมรวมกันเกินกว่าร้อยละ 10.00 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงของบริษัทดังกล่าว

-ไม่มี-

1.3.3 ความสัมพันธ์กับกลุ่มธุรกิจของผู้ถือหุ้นใหญ่

-ไม่มี-

1.3.4 ผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

	รายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ	ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	
		จำนวนหุ้นร้อยละ	ร้อยละ
1	บริษัท รักดี 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ¹	119,000,000	51.74
2	นายรักดี เหล่างาม ¹	39,498,000	17.17
3	นายปวิณท์ เรืองวรรณ	5,050,000	2.20
4	นางสาวสิรินทิพย์ เรืองวิจิตร	2,305,000	1.00
5	นางสาวอุไรวรรณ แซ่หลี่	1,517,400	0.66
6	นายสมชาย รณารักษ์	1,400,000	0.61
7	นางสาวปรางวไล ชาญกระแสด	1,250,000	0.54
8	นางเสริมวิทย์ โอสทศิลป์	1,200,000	0.52
	รวมจำนวนหุ้น	171,220,400	74.44
7	ประชาชนทั่วไป รวมถึงบุคคลที่มีความสัมพันธ์ พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ		25.56
รวมจำนวนหุ้นหลังการเสนอขายหลักทรัพ์			100.00

หมายเหตุ : ¹รายชื่อผู้ถือหุ้นของ บจก. รักดี 2019 โฮลดิ้ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ได้แก่ นายรักดี เหล่างาม ร้อยละ 99.99 (14,998 หุ้น), นายธรรป เหล่างาม ร้อยละ 0.01 (1 หุ้น) และนางสาวจงรัก ฐานิสโร ร้อยละ 0.01 (1 หุ้น)

1.3.5 ข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่มีผลกระทบต่อออกและเสนอขายหลักทรัพ์หรือการบริหารงานของบริษัทฯ และสาระสำคัญต่อการดำเนินงาน

-ไม่มี-

1.3.6 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ จะลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่อง ใกล้เคียง หรือก่อให้เกิดประโยชน์และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และคำนึงถึงผลตอบแทนของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ นอกจากนี้ ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณา

การส่งตัวแทนของบริษัทฯ ซึ่งมีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทฯ เข้าลงทุน เข้าเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทดังกล่าว โดยตัวแทนดังกล่าวอาจเป็นกรรมการผู้อำนวยการ รองกรรมการผู้อำนวยการ และผู้บริหารของบริษัทฯ หรือบุคคลใดๆ ของบริษัทฯ ที่ปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อย และบริษัทร่วมเหล่านั้น

ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถควบคุมดูแลกิจการ และการดำเนินงานของบริษัทย่อย และบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งว่า การมีระบบการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ จะช่วยดูแลรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ในการลงทุนของบริษัทฯ ดังนั้น บริษัทฯ จึงกำหนดให้ตัวแทนของบริษัทจะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปเพื่อผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทฯ และดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้นๆ

นอกจากนี้การส่งตัวแทนเพื่อเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวบริษัทฯ จัดให้บริษัทย่อยมีระบบ การควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพียงพอ เพื่อป้องกันการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งให้มีระบบงานที่ชัดเจน เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่ามีระบบที่เพียงพอในการเปิดเผยข้อมูลการทำการรายการที่มีนัยสำคัญตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่องและน่าเชื่อถือ และจัดให้มีกลไกในการตรวจสอบระบบงานดังกล่าวในบริษัทย่อย โดยให้ทีมงานผู้ตรวจสอบภายใน คณะกรรมการอิสระของบริษัทฯ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยตรง และให้มี การรายงานผลการตรวจสอบระบบงานดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทย่อยมีการปฏิบัติตามระบบงานที่จัดไว้อย่างสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงทำให้มีการเปิดเผยข้อมูลรายการเกี่ยวโยง และให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้บริษัทฯ ตรวจสอบ โดยมีการรายงานผลให้คณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัททราบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อวางแผนงานและเป้าหมายในการดำเนินงานต่อไป ซึ่งปัจจุบันบริษัทฯ ได้เห็นดีสัญญาณร่วมลงทุนกับบริษัทที่ประกอบธุรกิจให้บริการด้านสิ่งพิมพ์แบบครบวงจร

1.4 จำนวนทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

บริษัทฯ มีทุนจดทะเบียนที่ออกและเรียกชำระแล้ว 115.00 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 230.00 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท

1.5 การออกหลักทรัพย์อื่น

-ไม่มี-

1.6 นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายในการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้นิติบุคคล จากกำไรสะสมของงบการเงินเฉพาะกิจการ และทุนสำรองตามกฎหมายในแต่ละปี โดยบริษัทฯ จะพิจารณาการจ่ายเงินปันผลโดยคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ถือหุ้นเป็นหลัก และการจ่ายปันผลนั้นจะต้องไม่มีผลกระทบต่อการทำงานตามปกติของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงิน สภาพคล่อง แผนการขยายธุรกิจ ความจำเป็นและความเหมาะสมอื่นใดในอนาคตและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงานของบริษัทฯ ตามความเห็นสมควร หรือเหมาะสมของคณะกรรมการบริษัท โดยมติคณะกรรมการบริษัทที่อนุมัติให้จ่ายเงินปันผลจะต้องนำเสนอ เพื่อขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น เว้นแต่กรณีการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล คณะกรรมการบริษัท มีอำนาจอนุมัติให้ดำเนินการได้เมื่อเห็นว่าบริษัทฯ มีกำไรสมควรพอที่จะจ่ายเงินปันผลโดยไม่มีผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทฯ แล้วรายงานให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมคราวต่อไป โดยรายละเอียดการจ่ายเงินปันผลย้อนหลัง 3 ปี

2. การบริหารความเสี่ยง

2.1 นโยบายและแผนบริหารความเสี่ยง

บริษัทฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงในระบบการบริหารจัดการในการปฏิบัติงานที่มีความสำคัญ ไปต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของบริษัทฯ การบริหารปัจจัยความเสี่ยงรวมทั้งกระบวนการดำเนินงาน การจัดกิจกรรมควบคุม เพื่อลดมูลเหตุของแต่ละโอกาสที่คิดว่าจะทำให้เกิดความเสียหาย เพื่อให้ระดับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทฯ จึงกำหนดนโยบายการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ดังนี้

- 1) ส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้บริหารรวมถึงพนักงานทุกระดับมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญในกระบวนการบริหารความเสี่ยง มีความรับผิดชอบ และมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน เพื่อจัดการลดความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งบริษัทฯ
- 2) มุ่งเน้นให้มีการบริหารความเสี่ยงในเชิงป้องกัน แก้ไข ปรับปรุง โปร่งใส ครบถ้วนถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ เป็นส่วนหนึ่งของระบบการควบคุมภายในที่ดีของบริษัทฯ เพื่อเป็นการส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดี สร้างภาพลักษณ์ และมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทฯ
- 3) ให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานภายในบริษัทฯ ทั้งด้านการปฏิบัติงาน การบริหารการเงิน และการบริหารการลงทุน
- 4) มีการพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับพันธกิจหลักของบริษัทฯ และมีการติดตามประเมินผลการบริหารความเสี่ยงที่มีการทบทวนอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
- 5) จัดทำเอกสาร คู่มือ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติงาน เพื่อให้มีการปฏิบัติอย่างจริงจัง

กระบวนการบริหารความเสี่ยง ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ มุ่งเน้นให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยได้นำกระบวนการบริหารความเสี่ยงตามแนวทาง The Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (COSO) มาใช้ทั่วทั้งบริษัทฯ ผู้บริหารและพนักงานทุกคน ตระหนักถึงความรับผิดชอบที่จะต้องปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงเพื่อควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และบริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ดังนี้

- 1) ทุกฝ่ายมีหน้าที่รับผิดชอบจัดทำตารางการประเมินความเสี่ยง กำหนดดัชนีชี้วัดความเสี่ยง รวมทั้งจัดทำรายงานที่เกี่ยวกับความเสี่ยงตามกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่บริษัทฯ ตีอปฏิบัติ
- 2) การบ่งชี้ และควบคุมความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อวัตถุประสงค์จะถูกจัดทำอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่บริษัทฯ ยอมรับได้
- 3) ในการพิจารณาว่าความเสี่ยงใดเป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้ เช่น ในกรณีที่ความเสี่ยงนั้นมีต้นทุนการกำจัดความเสี่ยงสูงมากจนไม่คุ้มกับผลที่จะได้รับ หรือไม่คุ้มค่าสำหรับค่าใช้จ่ายในการสร้างระบบในการจัดการ หรือป้องกันความเสี่ยง หรือเป็นความเสี่ยงที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทฯ คือมีสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัท
- 4) เมื่อพนักงานพบเห็น หรือรับทราบความเสี่ยงที่อาจจะมีผลกระทบต่อบริษัทฯ จะต้องรายงานความเสี่ยงนั้นให้ผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบทันที เพื่อดำเนินการจัดการต่อไป
- 5) การปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงนี้ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด และต่อเนื่องภายใต้การควบคุมดูแลของฝ่ายบริหารของบริษัทฯ
- 6) ให้มีการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งบริษัทฯ โดยพนักงานทุกระดับในบริษัทฯ มีส่วนร่วมในการจัดการอย่างเป็นระบบแบบต่อเนื่อง และให้มีการกำหนดกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เป็นระบบมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งบริษัทฯ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารความเสี่ยง การดำเนินการบริหารความเสี่ยงช่วยให้บริษัทฯ มีข้อมูลที่สามารถจัดการกับปัญหา, อุปสรรค และดำเนินธุรกิจได้ในสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด หรือสถานการณ์ที่อาจทำให้บริษัทฯ เกิดความเสียหาย ประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินการบริหารความเสี่ยงมีดังนี้

- 1) เป็นส่วนหนึ่งของหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยงจะช่วยคณะทำงานบริหารความเสี่ยงผู้บริหารและพนักงานทุกระดับตระหนักถึงความเสี่ยงหลักที่สำคัญ ทำให้สามารถทำหน้าที่ในการกำกับดูแลกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
- 2) สร้างฐานข้อมูลความรู้ที่มีประโยชน์ต่อการบริหาร และการปฏิบัติงานในบริษัทฯ การบริหารความเสี่ยงจะเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจด้านต่างๆ ซึ่งรวมถึงการบริหารความเสี่ยงที่ตั้งอยู่บนสมมติฐานในการตอบสนองต่อเป้าหมาย และภารกิจหลักขององค์กร รวมถึงระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้
- 3) ช่วยสะท้อนให้เห็นภาพรวมของความเสี่ยงที่สำคัญทั้งหมด การบริหารความเสี่ยงจะทำให้บุคลากรภายในบริษัทฯ มีความเข้าใจถึงเป้าหมาย และภารกิจขององค์กร รวมถึงตระหนักถึงความเสี่ยงสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรได้อย่างครบถ้วน ซึ่งครอบคลุมความเสี่ยงที่มีสาเหตุทั้งปัจจัยภายในองค์กร (เช่น วัฒนธรรม โครงสร้างองค์กร และบุคลากร เป็นต้น) และจากปัจจัยภายนอกองค์กร (เช่น การเมือง สภาพเศรษฐกิจ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น)
- 4) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารงานการบริหารความเสี่ยง ที่ช่วยให้ผู้บริหารมีความมั่นใจว่าความเสี่ยงได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมและทันเวลา รวมทั้งเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้บริหารในการบริหารงาน และการตัดสินใจด้านต่างๆ เช่น การวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ การติดตามควบคุม และวัดผลการปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด และสามารถปกป้องผลประโยชน์รวมทั้งเพิ่มมูลค่าให้แก่องค์กร
- 5) ช่วยให้การพัฒนาองค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การบริหารความเสี่ยงทำให้รูปแบบการตัดสินใจในระดับการปฏิบัติงานขององค์กรมีการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน มีความเข้าใจในกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ขององค์กร และระดับความเสี่ยงอย่างชัดเจน
- 6) ช่วยให้การพัฒนาการบริหาร และการจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างเหมาะสม โดยพิจารณาถึงระดับความเสี่ยงในแต่ละกิจกรรม และการเลือกใช้มาตรการในการบริหารความเสี่ยง เช่น การใช้ทรัพยากรสำหรับกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำ และกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง ย่อมแตกต่างกัน หรือการเลือกใช้มาตรการแต่ละประเภทย่อมใช้ทรัพยากรแตกต่างกัน เป็นต้น

เป้าหมายของการบริหารความเสี่ยง

- 1) ผู้บริหารและบุคลากรของบริษัทฯ ได้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริหารความเสี่ยง เพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนด
- 2) ผู้บริหารและบุคลากรของบริษัทฯ สามารถระบุ วิเคราะห์ ประเมินความเสี่ยง และจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
- 3) แผนบริหารความเสี่ยงสามารถนำไปใช้ในการบริหารงานที่รับผิดชอบ
- 4) ผู้บริหารและบุคลากรของบริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อการบริหารความเสี่ยง
- 5) การบริหารความเสี่ยงได้รับการปลูกฝังจนเกิดเป็นวัฒนธรรมขององค์กร

แนวทางการดำเนินงานของการบริหารความเสี่ยง

- 1) แต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ
- 2) กำหนดนโยบาย หรือแนวทางการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ
 - 3) กำหนดแนวทางการทำงานของคณะทำงานบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ดังต่อไปนี้
 - กำหนดโครงสร้างการบริหารความเสี่ยง
 - วิเคราะห์ ระบุ และประเมินความเสี่ยงจากการดำเนินกิจกรรมของบริษัทฯ

- จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยง
- กำหนดกิจกรรมบริหารความเสี่ยง
- จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงของปัจจัยเสี่ยงที่อยู่ในระดับสูง (High) และสูงมาก (Extreme) รวมทั้งปัจจัยเสี่ยงที่อยู่ในระดับปานกลาง (Medium) ที่มีนัยสำคัญ
- สื่อสารทำความเข้าใจเกี่ยวกับแผนบริหารความเสี่ยงให้บุคลากรสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง
- ผลักดันให้มีการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร
- รายงานความก้าวหน้าการดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยงต่อฝ่ายบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท
- รายงานสรุปผล ข้อดี ข้อเสีย ปัญหา อุปสรรค และความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ต่อฝ่ายบริหาร คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการบริษัท
- เสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแผนบริหารความเสี่ยงต่อฝ่ายบริหารของบริษัทฯ

บริษัทฯ พิจารณาความเสี่ยงทั้งจากภายใน และภายนอกองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อเป้าหมายและผลการปฏิบัติงาน โดยปัจจัยภายนอกบริษัทฯ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น นโยบายรัฐบาล การเมือง สภาพเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน ภัยธรรมชาติ กฎหมาย คู่แข่ง และพฤติกรรมผู้บริโภค หรือรูปแบบการใช้ชีวิต(Lifestyle) ส่วนปัจจัยภายในเป็นสภาพแวดล้อมภายในของบริษัทฯ ซึ่งสามารถควบคุม หรือเปลี่ยนแปลงได้ เช่น นโยบาย กลยุทธ์ ระบบการบริหาร โครงสร้างองค์กร กระบวนการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร บุคลากร และเทคโนโลยีที่นำมาใช้

โดยบริษัทฯ จัดให้มีการติดตามประเมินผลการบริหารความเสี่ยงที่มีการทบทวน และปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ ให้การบริหารความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานตามปกติ คณะกรรมการบริหารความเสี่ยงได้จัดทำคู่มือการบริหารความเสี่ยง เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติในการประเมิน และบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ซึ่งจำแนกประเภทความเสี่ยงเป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk)** ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์และการตัดสินใจด้านกลยุทธ์ ซึ่งรวมถึงความไม่สอดคล้องกันระหว่างนโยบาย เป้าหมาย กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร สภาพการแข่งขัน และสภาพแวดล้อมอันส่งผลกระทบต่อองค์กร ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับนโยบายรัฐบาล ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจและการเมือง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับชื่อเสียง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางธุรกิจ และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ เป็นต้น
- 2) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk)** ความเสี่ยงที่เกิดจากการปฏิบัติงานทั้งในส่วนของการบริหารงานบุคลากร และเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงาน ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากร ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริต ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร และความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น
- 3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)** ความเสี่ยงเกี่ยวกับนโยบาย และขั้นตอนการบริหารจัดการด้านการเงิน และการลงทุน ได้แก่ ความเสี่ยงเกี่ยวกับโครงสร้างเงินทุน ความเสี่ยงเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงิน ความเสี่ยงเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงิน ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย และความเสี่ยงจากอัตราเงินเฟ้อ เป็นต้น
- 4) ความเสี่ยงด้านสารสนเทศ (Information Risk)** ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในด้านสื่อสาร และระบบสารสนเทศ โอกาสที่จะเกิดข้อผิดพลาด ความเสียหาย การกระทำใดๆ ที่ก่อให้เกิดการสูญเสีย หรือทำลายฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ข้อมูล สารสนเทศ หรือความสามารถในการประมวลผลข้อมูลของระบบสารสนเทศ
- 5) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance Risk)** ความเสี่ยงจากการฝ่าฝืนหรือไม่สามารถปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน รวมทั้งไม่สามารถปฏิบัติตามนโยบาย และวิธีการปฏิบัติงานที่บริษัทฯ ได้กำหนดหลักเกณฑ์ขึ้นไว้

2.2 ปัจจัยความเสี่ยง

การลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทฯ ที่เสนอขายในครั้งนีมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรพิจารณาข้อมูลในเอกสารฉบับนี้อย่างรอบคอบโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยความเสี่ยงในหัวข้อนี้ ก่อนตัดสินใจลงทุนซื้อหุ้นสามัญของบริษัทฯ ข้อความดังต่อไปนี้ แสดงถึงปัจจัยความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญบางประการ อันอาจมีผลกระทบในทางลบต่อบริษัทฯ และมูลค่าหุ้นของบริษัทฯ นอกเหนือจากปัจจัยความเสี่ยงที่ปรากฏในหนังสือชี้ชวนฉบับนี้ อาจมีความเสี่ยงอื่นๆ ซึ่งบริษัทฯ ไม่อาจทราบได้ในขณะนี้ หรือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทฯ พิจารณาในขณะนี้ไม่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่มีความสำคัญต่อไปในอนาคต ความเสี่ยงดังกล่าวอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจ รายได้ ผลกำไร สินทรัพย์ สภาพคล่อง หรือแหล่งเงินทุนของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์ในอนาคต (“Forward-Looking Statements”) ที่ปรากฏในหนังสือชี้ชวนฉบับนี้ เช่น การใช้ถ้อยคำว่า “ในความเห็น” “เห็นว่า” “เชื่อว่า” “คาดหมายว่า” “คาดการณ์ว่า” “มีแผนจะ” “ตั้งใจ” “ประมาณ” หรือการประมาณการทางการเงินโครงการในอนาคต การคาดการณ์เกี่ยวกับผลประกอบการ ธุรกิจ แผนการขยายธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ นโยบายของรัฐบาลและ/หรือ คำ หรือข้อความอื่นใดในทำนองเดียวกัน เป็นคำ หรือข้อความที่บ่งชี้ถึงสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งมีความไม่แน่นอน เป็นการคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ในอนาคตอันเป็นความเห็นของบริษัทฯ ในปัจจุบันนั้นมิได้เป็นการรับรองผลประกอบการ หรือเหตุการณ์ในอนาคต และผลที่เกิดขึ้นจริงอาจมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจากการคาดการณ์ หรือคาดคะเนก็ได้ สำหรับข้อมูลในส่วนนี้ที่อ้างถึง หรือเกี่ยวข้องกับรัฐบาล หรือเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศได้มาจากข้อมูลที่มีการเปิดเผย หรือคัดย่อจากสิ่งพิมพ์ของรัฐบาล หรือจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยที่บริษัทฯ มิได้ทำการตรวจสอบ หรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าวแต่ประการใด

2.3 ความเสี่ยงต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

2.3.1 ความเสี่ยงจากการบริหารพนักงานผู้ให้บริการจากภายนอก (Outsource)

เนื่องด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ที่ต้องมีการบริหารจัดการพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) จำนวนมาก (1,000 – 1,500 ราย) ซึ่งมีการกระจายการปฏิบัติงานอยู่ในหลายสถานที่ทั่วประเทศ เพื่อรองรับการให้บริการกิจกรรมทางการตลาดกับลูกค้าที่หลากหลายบริษัทฯ จึงได้มีการพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน (ระบบ M Jobs) ขึ้นมา เพื่อรองรับกับประเภทการทำงานของบริษัทฯ โดยเฉพาะ ซึ่งรวมไปถึง

- 1) การแจ้งขออัตราค่าจ้างคนที่เหมาะสมก่อนเริ่มปฏิบัติงาน เพื่อให้การสรรหาบุคลากรที่ตรงคุณสมบัติได้ครบถ้วนและทันเวลา
- 2) การกำหนดตารางแผนการทำงานของพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ล่วงหน้า ซึ่งพนักงานสามารถตรวจสอบตารางเวลาทำงานของตนเองได้
- 3) การบันทึกเวลางานเข้าออกของพนักงาน (Check-in/Check-out) เพื่อตรวจสอบว่าการปฏิบัติงานตามที่แผนงานกำหนด
- 4) การคิดคำนวณค่าจ้างของพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) จากบันทึกเวลาเข้าออกงานจริง เป็นต้น และการนำระบบ M Jobs มาประยุกต์ใช้ ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการ และควบคุมการดำเนินงานของผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ได้มีความรัดกุม มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบข้อมูลการดำเนินงานที่ถูกต้องแม่นยำได้ ทำให้ความเสี่ยงในการควบคุมพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) อยู่ในการควบคุมของบริษัทฯ ได้

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังให้ความสำคัญในส่วนของการควบคุมคุณภาพการให้บริการ โดยบริษัทฯ จะมีการ สอบถามผลการดำเนินงานของพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ทุกราย โดยผู้ควบคุมงาน (Supervisor) และมีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าก่อนจบโครงการ เพื่อนำมาเป็นข้อแนะนำ และพัฒนาเพื่อการบริหารจัดการที่ดีขึ้นต่อไปในโครงการอนาคต

2.3.2 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource)

บริษัทฯ ดำเนินกิจการให้บริการกิจกรรมทางการตลาดแบบครบวงจร โดยให้บริการทั้งในส่วนการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า บริการพนักงานแนะนำสินค้า และบริการจัดเรียงสินค้า ซึ่งล้วนต้องมีการสรรหาบุคลากรพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) เข้ามาร่วมดำเนินงาน โดย ปี 2567

บริษัทฯ ควบคุมดูแลพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสถานที่ต่างๆ ทั้งหมดทั่วประเทศ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง จำนวน 1,000 – 2,000 คน ขึ้นอยู่กับจำนวนปริมาณงานกับลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาของปี ทั้งนี้โดยปกติแล้วในกลุ่มธุรกิจบริการพนักงานแนะนำสินค้า และบริการจัดเรียงสินค้า เป็น 2 บริการที่ต้องใช้พนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) เป็นจำนวนมาก เนื่องจากลูกค้ามีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าหลายแห่ง และกระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยพนักงานแนะนำสินค้า มีหน้าที่หลักในการให้บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสินค้า รวมถึงนำเสนอรายการส่งเสริมการขายต่างๆ และพนักงานจัดเรียงสินค้า มีหน้าที่หลักในการให้บริการดูแลความพร้อมของสินค้า การจัดเรียงสินค้า ณ สถานที่จัดจำหน่าย รวมถึงการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ

ทั้งนี้ พนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่บริษัทฯ เป็นผู้บริหารจัดการมีอยู่ทั้งในรูปแบบพนักงานรายวัน ในกรณีที่บริษัทฯ เป็นผู้สรรหาพนักงานเอง ซึ่งเป็นส่วนใหญ่ของ การให้บริการ และพนักงานรายเดือน ในกรณีที่บริษัทฯ รับโอนพนักงานมาจากบริษัทฯ ลูกค้า ซึ่งเป็นความต้องการของ บริษัทฯ ลูกค้าเอง

เนื่องด้วยลักษณะสัญญาจ้างทำของระหว่างบริษัทฯ กับพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) โดยจะมีระยะเวลาสัญญาไม่เกิน 2 เดือน ระบุในรายละเอียดสัญญาเป็นการดำเนินงานรายโครงการที่มีการกำหนดรายละเอียดของงาน จำนวนวัน และตารางการเข้างานที่ชัดเจน ประกอบกับระยะเวลาดำเนินงานในแต่ละโครงการที่สั้น อยู่ในช่วงระหว่าง 3 เดือน ถึง 1 ปี (สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการพนักงานแนะนำสินค้า และบริการจัดเรียงสินค้า) ทำให้พนักงานบางส่วนโดยเฉพาะพนักงานรูปแบบรายวันอาจมีการบริหารจัดการเวลา และรับงานบริการด้านอื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับงานของ บริษัทฯ ร่วมด้วยระหว่างดำเนินงานให้กับบริษัทฯ โดยการที่พนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) มีทางเลือกในการรับงานบริการดังกล่าวได้อย่างหลากหลาย ส่งผลให้มีการขาดงาน หรืออัตราการหมุนเวียนของพนักงานในกลุ่มพนักงานดังกล่าว อาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

ในกรณีที่การจัดสรรหาพนักงานเข้าปฏิบัติงานได้ไม่ครบถ้วนภายในระยะเวลาที่กำหนดตามแผนงาน บริษัทฯ อาจจะไม่สามารถบริหารจัดการโครงการที่บรรลุเป้าหมายการดำเนินงาน (Target KPI) ที่ได้ตั้งไว้กับลูกค้าได้ รวมถึงอาจไม่ได้รับเงินพิเศษ (Incentive) สำหรับโครงการที่มีข้อกำหนดพิเศษ ด้วยเหตุนี้บริษัทฯ จึงต้องมีการวางแผนการสรรหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนการสรรหา เพื่อที่จะได้มีพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความตั้งใจ พร้อมทั้งจะดำเนินงานให้แก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงจัดให้มีการรวบรวมฐานข้อมูลพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ในระบบบริหารจัดการบุคคลากรของบริษัทฯ (ระบบ M Jobs) เพื่อให้มีฐานข้อมูลพนักงานกลุ่มดังกล่าวเพิ่มขึ้น และลดระยะเวลาในการสรรหาบุคคลากร

นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการกำหนดนโยบายที่เคร่งครัดแก่ ฝ่ายปฏิบัติการ (Operation) ในการนำส่งรายละเอียดความต้องการในการสรรหา (Brief Recruitment) ให้แก่ แผนกสรรหาเป็นการล่วงหน้า ก่อนเริ่มดำเนินงานในแต่ละโครงการ ทำให้ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะต้องบริหารจัดการพนักงานที่ขาดงาน หรือการหมุนเวียนของพนักงาน ซึ่งเป็นเรื่องปกติของธุรกิจ

บริษัทฯ ยังสามารถบริหารจัดการการปฏิบัติงานได้ตามที่ตกลงไว้กับลูกค้า โดยบริษัทฯ ยังไม่เคยถูกเรียกร้องค่าปรับ หรือยกเลิกสัญญาจากลูกค้า เนื่องจากสาเหตุการขาดแคลนพนักงานผู้ปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว และได้มีมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ดังนี้

1) ฝ่ายปฏิบัติการมีการจัดเตรียมเอกสารสรุปข้อมูลการสรรหาส่งให้แผนกสรรหาพนักงานเป็นการล่วงหน้า เพื่อเตรียมสรรหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) โดยในกรณีที่จำเป็นต้องนำส่งรายชื่อผู้ให้บริการภายนอกให้แก่ลูกค้าล่วงหน้า เช่น กรณีที่ลูกค้าต้องการตรวจสอบข้อมูลของผู้ปฏิบัติงานเพิ่มเติมก่อนเริ่มปฏิบัติงาน เช่น พิธีกร

หรือแขกรับเชิญในงาน และพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant) เป็นต้น และนำส่งรายชื่อผู้ให้บริการภายนอกให้แก่ร้านค้าหรือช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นสถานที่ปฏิบัติงาน ในกรณีที่พนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ต้องได้รับการยืนยันตัวตนต่อสถานที่ดังกล่าวก่อน เนื่องจากสาเหตุระเบียบปฏิบัติ เพื่อควบคุมการเข้าออกของพนักงาน เป็นต้น ทั้งนี้การส่งข้อมูลดังกล่าวเป็นการใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงาน และได้รับการยินยอมการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลแล้ว โดยฝ่ายปฏิบัติการจะส่งเอกสารสรุปข้อมูลการสรรหาส่งให้แผนกสรรหาผู้ให้บริการก่อนเริ่มดำเนินงาน 7 วัน – 30 วัน หากกรณีที่ไม่ต้องส่งรายชื่อผู้ให้บริการภายนอกล่วงหน้าให้แก่ลูกค้า เพื่อดำเนินการลงทะเบียนรายชื่อกับสาขาของห้างสรรพสินค้า ฝ่ายปฏิบัติการจะส่งเอกสารสรุปข้อมูลการสรรหาก่อนเริ่มดำเนินงาน 3 วัน – 15 วัน

2) ทีมสรรหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอกของบริษัทฯ จะสรรหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ตามคุณสมบัติที่ตรงกับงาน โดยใช้วิธีการต่างๆ ผ่านทางช่องทางรูปแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์จัดหางาน กลุ่มสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มในแอปพลิเคชันไลน์ (Line) หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) ช่องทางออฟไลน์ เช่น การออกบูธ หรือการจัดโรดโชว์ ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ รวมถึงการเข้ามาสมัครกับบริษัทฯ โดยตรง (Walk-in) หรือเว็บไซต์ของบริษัทฯ ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลไว้ในฐานข้อมูลของบริษัทฯ (ระบบ M Jobs) ซึ่งสามารถใช้ค้นหา และคัดสรรพนักงานผู้ให้บริการภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทฯ มีฐานข้อมูลพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) มากกว่า 9,500 คน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

3) บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมทักษะสำคัญที่เกี่ยวข้องในงาน ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอน และเทคนิคในการขาย การนำเสนอสินค้า รวมไปถึงการจัดเรียงสินค้า การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ จะเข้าไปดำเนินการให้แก่ลูกค้า ทำให้พนักงานผู้ให้บริการภายนอกมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า ทักษะที่จำเป็น พร้อมสำหรับการดำเนินงาน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) บริษัทฯ มีกระบวนการสรรหาพนักงานแบบเร่งด่วน (หน่วยแทน) จากฐานข้อมูลพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) เพื่อปฏิบัติงานให้กับลูกค้าได้ ในกรณีที่พนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่ถูกมอบหมายให้ปฏิบัติงานในโครงการใดโครงการหนึ่ง ไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างกะทันหันในกรณีต่างๆ เช่น กรณีลาป่วย หรือขาดงาน เป็นต้น ทำให้บริษัทฯ ยังสามารถปฏิบัติงานให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

5) บริษัทฯ มีการจ่ายผลตอบแทนให้แก่พนักงานผู้ให้บริการภายนอกอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม โดยมีการจ่ายผลตอบแทนตรงเวลา ไม่มีการจ่ายล่าช้า และไม่มีการหักค่าใช้จ่ายที่ไม่ถูกต้องตามข้อตกลงในสัญญาจ้างทำของ และถูกต้องตามกฎหมาย

2.3.3 ความเสี่ยงจากการขาดแคลนพนักงานประจำ

เนื่องด้วยลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ในการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดแบบครบวงจร ซึ่งเป็นงานที่ต้องพึ่งพิงบุคคลากรในการดำเนินงาน ทั้งในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการคิดการสร้างสรรค์ งานวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานในโครงการต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงในส่วนงานกิจกรรมทางการตลาดภาคสนาม (Field Marketing) ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการคนจำนวนมากในแต่ละโครงการ ทำให้พนักงานของบริษัทฯ เป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ โดยเฉพาะพนักงานประจำใน 2 แผนก ได้แก่

- 1) พนักงานแผนกพัฒนาธุรกิจ ที่ทำหน้าที่ในการสรรหาลูกค้าใหม่ และดูแลลูกค้ารายเดิม โดยการนำเสนอบริการของบริษัทฯ และรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้า นำมาหารือกับทีมงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า
- 2) พนักงานส่วนงานปฏิบัติการ (Operation) จะดำเนินการกำหนดแผนการดำเนินงานในโครงการ และจัดเตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินการต่างๆ เพื่อให้สามารถดำเนินงานให้แก่ลูกค้าอย่างลุล่วง โดยจะมีพนักงานผู้ควบคุมงาน (Supervisor) ทำหน้าที่ ดูแลความเรียบร้อยของหน้างานให้ครบถ้วนเป็นไปตามที่ตกลงกับลูกค้า ซึ่งลักษณะตำแหน่งต้องใช้ทักษะ และประสบการณ์ในการทำงานประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ในการดำเนินโครงการ รวมไปถึงดูแลการปฏิบัติงานของพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ให้เป็นไปตามที่กำหนด โดย

ลักษณะการบริหารงานของบริษัทฯ มีความคาดหวังผลลัพธ์คุณภาพสูงจากลูกค้า ดังนั้นหากพนักงานที่มีคุณสมบัติไม่ตรง หรือไม่คุ้นเคยกับลักษณะเนื้องาน อาจไม่สามารถปฏิบัติงานได้ หรืออาจไม่มีความพึงพอใจในเนื้องาน ทำให้เป็นสาเหตุที่พนักงานลาออกได้

โดยในปี 2566 และ ปี 2567 บริษัทฯ มีอัตราการหมุนเวียนของพนักงานประจำสำนักงาน เท่ากับร้อยละ 27.27 และร้อยละ 47.52 ต่อปี ตามลำดับ สูงขึ้นจากช่วงปี 2564 และ 2565 ซึ่งเท่ากับ ร้อยละ 11.11 และร้อยละ 29.08 ตามลำดับ โดยการลาออกของพนักงานในปี 2567 มาจากพนักงานประจำออฟฟิศ และแผนกปฏิบัติการ (Operation) มีอัตราการหมุนเวียนใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 48.39 และร้อยละ 46.84 โดยมีสาเหตุหลักมาจากสภาวะเศรษฐกิจ และการจ้างงานที่มีการฟื้นตัว จึงทำให้มีการตัดสินใจลาออกเพื่อปรับเปลี่ยนงานเพิ่มขึ้น ประกอบกับทางบริษัทฯ มีนโยบายมุ่งเน้นให้พนักงานพัฒนาศักยภาพในการทำงานและมีความยืดหยุ่นสามารถทำงานได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นการรองรับการเติบโตที่เพิ่มขึ้นของบริษัทฯ จึงเกิดผลกระทบต่อพนักงานบางส่วนที่ไม่พร้อมในการปรับเปลี่ยน หรือพัฒนาศักยภาพของตนเอง ทั้งนี้บริษัทฯ ไม่ได้มีปัญหาในการสรรหาพนักงานประจำเพื่อมาทดแทนพนักงานที่ลาออก หรือรองรับการขยายธุรกิจทั้งในอดีตและปัจจุบัน

อัตราการหมุนเวียนของพนักงานประจำสำนักงาน ¹	2563	2564	2565	2566	2567
(Turnover Rate)					
จำนวนพนักงานประจำสำนักงาน ณ สิ้นงวด (ไม่รวมผู้บริหาร) (คน)	99	117	141	165	141
อัตราการหมุนเวียนของพนักงานประจำสำนักงาน (เฉลี่ยต่อปี) ² (ร้อยละ)	22.81	11.11	29.08	27.27	47.52

หมายเหตุ: ¹ พิจารณาจำนวนการลาออกของพนักงานประจำที่ผ่านการทดลองงานแล้วเท่านั้น

² คำนวณโดยนำจำนวนพนักงานที่ลาออกระหว่างงวดหารด้วยจำนวนพนักงานเฉลี่ยระหว่างต้นงวด และปลายงวด

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความเสี่ยงดังกล่าว จึงมีมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรในส่วนพนักงานประจำ รายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) บริษัทฯ ดำเนินการให้มีระบบการสอนงานให้กับพนักงานใหม่ โดยมีพนักงานอาวุโสดำเนินการสอนงานให้ และเพิ่มมาตรการในการเพิ่มหน่วยแทนเพิ่มมากขึ้น
- 2) มีการเพิ่มกระบวนการคัดเลือกผู้สมัครให้ตรงกับลักษณะงานมากขึ้น รวมถึงสอบถามความต้องการในการทำงานเพิ่มเติมเพื่อให้ได้พนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสม รวมถึงความตั้งใจในการทำงาน
- 3) บริษัทฯ จัดให้มีการอบรมทักษะที่สำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งบริษัทฯ จะจัดให้มีการอบรม ไม่ว่าจะเป็นการอบรมภายในที่ดำเนินการโดยบริษัทฯ หรือบุคลากรจากภายนอก
- 4) บริษัทฯ มีนโยบายการจ่ายผลตอบแทนพนักงานทุกระดับอย่างเป็นธรรม และเหมาะสม โดยอิงจากประสิทธิภาพการทำงาน ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน รวมถึงผลประกอบการของบริษัทฯ นอกเหนือจากการจ่ายตามสัญญาจ้าง บริษัทฯ ยังมีการจัดสวัสดิการที่เหมาะสม เพื่อให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี เช่น ประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุ และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เป็นต้น
- 5) บริษัทฯ มีนโยบายในการเพิ่มขีดความสามารถและพัฒนาศักยภาพให้กับพนักงานเพื่อรองรับการเติบโตในสายอาชีพ หรือตำแหน่งที่สูงขึ้น

2.3.4 ความเสี่ยงจากการเพิ่มขึ้นของค่าจ้างพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource)

บริษัทฯ ให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาดแบบครบวงจร โดยเน้นการสร้างประสบการณ์จริงแก่ลูกค้าในรูปแบบการตลาดภาคสนาม (Field Marketing) ซึ่งประกอบไปด้วยธุรกิจให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า บริการพนักงานแนะนำสินค้า และพนักงานจัดเรียงสินค้า ซึ่งในทุกบริการจำเป็นต้องอาศัยพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) จำนวนมากในการให้บริการ ซึ่งหากรัฐบาลมีการปรับค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ จะมีผลกระทบต่อฐานอัตราค่าจ้างในระดับอื่นๆ ให้สูงขึ้น ส่งผลให้บริษัทฯ มีภาระต้นทุนค่าจ้างพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) เพิ่มขึ้น และหากในอนาคตรัฐบาลมีการปรับอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเพิ่มอีก บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงที่ต้องรับภาระต้นทุนดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของประเทศไทยในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย โดยเมื่อเปรียบเทียบอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในประเทศไทย ระหว่างปี 2556 มีขั้นต่ำเท่ากับทุกจังหวัดอยู่ที่ 300 บาท ต่อวัน และในปี 2567 มีอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของไทยสูงสุดอยู่ที่ 370 บาทต่อวัน (บังคับใช้วันที่ 1 มกราคม 2567)

นอกจากนี้หากมีการปรับเพิ่มขึ้นของอัตราค่าจ้างขั้นต่ำอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งส่งผลให้บริษัทฯ ต้องรับภาระต้นทุนพนักงานเพิ่มเติม แต่เนื่องจากระยะเวลาสัญญาาระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้าปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นสัญญาระยะสั้นที่น้อยกว่า 1 ปี ความเสี่ยงดังกล่าวเลยอาจมีอยู่จำกัด โดยเมื่อจบโครงการ และมีการเสนองานใหม่ บริษัทฯ จะดำเนินการแจ้งข้อเท็จจริงแก่ลูกค้าให้รับทราบ และเข้าใจถึงความจำเป็นสำหรับต้นทุนพนักงานที่เพิ่มขึ้น จากการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำตามกฎหมาย ซึ่งคาดว่าลูกค้าจะมีความเข้าใจ และบริษัทฯ สามารถดำเนินการเจรจาเงื่อนไขสัญญาบริการในอนาคตเพื่อพิจารณาดันทุนส่วนนี้ร่วมด้วยได้

2.4 ความเสี่ยงด้านการเงิน

2.4.1 ความเสี่ยงในการบริหารสภาพคล่องในการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร โดยให้บริการทั้งในกลุ่มลูกค้าบริษัทข้ามชาติ (MNCs) และกลุ่มลูกค้าประเทศไทย ซึ่งโดยปกติกลุ่มลูกค้าบริษัทข้ามชาติ (MNCs) มีเทอมการชำระเงิน (Credit term) ประมาณ 60 วัน (โดยมีลูกค้า MNCs เพียง 3 กลุ่มบริษัท ที่อยู่ในช่วง 120 – 150 วัน) ซึ่งเป็นปกติโดยเฉพาะกับกลุ่มลูกค้าที่มีสินค้าเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานค้าปลีก (Retail Supply Chain) เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์ ของใช้ในครัวเรือนและของใช้ในสำนักงาน เป็นต้น โดยลูกค้า MNCs จะมีการกำหนดนโยบายเทอมการชำระเงินโดยตรงจากบริษัทแม่ (Parent Company) ในต่างประเทศ แตกต่างจากกลุ่มลูกค้าประเทศไทยที่มีเทอมการชำระเงินประมาณ 30 – 60 วัน ซึ่งทำให้บริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงในการบริหารสภาพคล่องจาก Credit term ที่สูงของลูกค้า MNCs ได้ในกรณีที่บริษัทฯ มีรายได้จากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวในสัดส่วนที่มาก

ในปี 2563 บริษัทฯ มีรายได้จากกลุ่มลูกค้าที่มีเทอมการชำระเงิน (Credit term) ไม่เกิน 60 วัน ในสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 70 และจากกลุ่มลูกค้าที่มีเทอมการชำระเงิน (Credit term) ในช่วง 120 – 150 วัน ในสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 30 ต่อมาบริษัทฯ ได้ขยายกลุ่มลูกค้ากลุ่มผู้ประกอบการในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี 2565 บริษัทฯ มีกลุ่มลูกค้าประเทศไทยเพิ่มขึ้น และเป็นผลทำให้บริษัทฯ มีรายได้จากกลุ่มลูกค้าที่มีเทอมการชำระเงิน (Credit term) ไม่เกิน 60 วัน ในสัดส่วนเพิ่มขึ้นประมาณ ร้อยละ 75 ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มีเทอมการชำระเงิน (Credit term) ในช่วง 120 – 150 วัน มีสัดส่วนลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้บริษัทฯ มีความเสี่ยงการบริหารสภาพคล่องลดลง

อย่างไรก็ดี ในช่วงไตรมาสแรกของปี จะเป็นช่วงเทศกาล (Festive) ซึ่งบริษัทฯ ได้ให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activity) เป็นจำนวนมาก บริษัทฯ จึงต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนจำนวนมากเพื่อรองรับบริการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งเป็นลักษณะปกติที่มีโอกาสเกิดขึ้นเป็นประจำทุกปี และเป็นสาเหตุให้บริษัทฯ จะได้รับชำระค่าบริการจากลูกค้าส่วนใหญ่ ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีเป็นต้นไป ซึ่งเป็นไปตาม Credit Term ที่บริษัทฯ กำหนดกับทางลูกค้า แต่ในขณะเดียวกัน Credit Term ที่บริษัทฯ ได้รับจากลูกค้า คงอยู่ในระดับเดิมตลอดช่วงปี ที่ไม่เกิน 30 วัน จึงอาจส่งผลให้บริษัทฯ เกิดความเสี่ยงในการบริหารสภาพคล่องจากการดำเนินธุรกิจ ในช่วงระยะเวลา Festive ดังกล่าวมากกว่าช่วงเวลาอื่นของปี และอาจส่งผลให้กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานในไตรมาส 1 และไตรมาส 2 ติดลบ

ได้ และอาจเป็นผลให้กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานสะสมสำหรับงวด 3 เดือน 6 และเดือน 9 ของทุกปี ติดลบได้เช่นกัน

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	หน่วย	2563	2564	2565	2566	2567
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย ¹	วัน	100	100	72	83	96
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	36	33	24	29	29
วงจรเงินสด (Cash Cycle)	วัน	64	67	48	54	67

หมายเหตุ : ¹ คำนวณโดยพิจารณาจากหนี้การค้า และรายได้ค้างรับ แต่ไม่รวมลูกหนี้อื่น

ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ถึง 31 ธันวาคม 2567 เท่ากับ 100 วัน 100 วัน 72 วัน 83 วัน และ 96 วัน ตามลำดับ มีแนวโน้มลดลง สำหรับช่วงที่ปี 2563 และปี 2564 ที่มีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยสูง มีสาเหตุหลักมาจากการให้บริการ และการเรียกชำระค่าบริการที่ถูกชะลอ หรือเลื่อนออกไปจากการแพร่ระบาดของโรค Covid-19

ในขณะเดียวกัน บริษัทฯ ได้มีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค Covid-19 ผ่านการขยายฐานลูกค้ากลุ่มบริษัทฯ ในประเทศมากขึ้นดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น จึงทำให้ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย และ Cash Cycle ในภาพรวมปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย 96 วัน สูงกว่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 ที่ 83 วัน เนื่องจากงานบริการที่เกิดขึ้นในช่วง Festive ต้นปี ส่วนใหญ่ เป็นงานการจัดกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Event) ซึ่งนิยมจัดโดยกลุ่ม MNCs

อย่างไรก็ดี กลุ่มนี้จะมีกรอบระยะเวลาการให้สินเชื่อ (Credit Term) ที่ยาวกว่า เมื่อเทียบกับกลุ่มลูกค้าในประเทศ จึงทำให้มีระยะเวลาการรับชำระหนี้ยาวขึ้นจากลูกหนี้การค้า และอาจส่งผลกระทบต่อลูกหนี้การค้า และระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ยที่สูงขึ้น ในช่วงต้นปีได้

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีกลยุทธ์ทางธุรกิจในการขยายบริการไปยังกลุ่มลูกค้าประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งมีส่วนช่วยให้ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย และการบริหารสภาพคล่องของบริษัทฯ ดีขึ้น จะเห็นได้จากวงจรเงินสด (Cash Cycle) ของ บริษัทฯ สำหรับปี 2563 ถึง ปี 2567 จำนวน 64 วัน 67 วัน 48 วัน 54 วัน และ 67 วัน ตามลำดับ ซึ่งถือว่าปรับตัวดีขึ้น

2.5 ความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ถือหุ้นหลักทรัพย์

2.5.1 ความเสี่ยงจากการที่ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ ถือหุ้นรวมกันเกินกว่าร้อยละ 50

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 มีเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของบริษัทฯ โดยถือหุ้นร้อยละ 51.74 ของจำนวนหุ้นที่จัดจำหน่าย ซึ่งสัดส่วนการถือหุ้นดังกล่าวเป็นสัดส่วนที่สามารถควบคุมมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นได้เกือบทั้งหมด รวมทั้งสามารถควบคุม นโยบาย และการบริหารงานในบริษัทฯ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตั้งคณะกรรมการ หรือการขอมติในเรื่องอื่นที่ต้องใช้เสียงส่วนใหญ่ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ยกเว้นเรื่องที่กฎหมายหรือข้อบังคับบริษัทฯ กำหนดให้ต้องได้รับคะแนนเสียง 3 ใน 4 ของที่ประชุมผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ถือหุ้นรายอื่นๆ ของบริษัทฯ อาจมีความเสี่ยงจากการไม่สามารถรวบรวมคะแนนเสียง เพื่อต่อวงดุลเรื่องที่ผู้ถือหุ้นใหญ่เสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาได้

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปอย่างโปร่งใส และมีการต่อวงดุลอำนาจดังกล่าว บริษัทฯ ได้จัดโครงสร้างการบริหารจัดการโดยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และได้กำหนดขอบเขตการดำเนินงาน การมอบอำนาจให้แก่กรรมการ และผู้บริหารอย่างชัดเจน มีการแต่งตั้งบุคลากรภายนอกที่เป็นอิสระเข้าร่วมในคณะกรรมการบริษัท 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งสิ้น 8 ท่าน โดยกรรมการอิสระ 3 ท่าน ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบต่อวงดุลการตัดสินใจ และพิจารณาอนุมัติรายการต่างๆ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น รวมทั้งบริษัทฯ ได้กำหนดมาตรการการกำกับการกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยจำกัดการออกเสียง ของผู้ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังจัดให้มีหน่วยงานตรวจสอบภายในโดยการว่าจ้างบริษัทผู้ชำนาญการจากภายนอกที่ปฏิบัติงานเป็นอิสระ และขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ โดยมีหน้าที่หลักในการดูแลระบบในการควบคุมภายในเพื่อให้เป็นไปตามระบบที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ถือหุ้นถึงความโปร่งใส และถ่วงดุลอำนาจในการบริหารงานของบริษัทฯ

นอกจากนี้ เมื่อบริษัทฯ ได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แล้ว บริษัทฯ จะต้องเปิดเผยข้อมูลและปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เช่น รายงานที่เกี่ยวข้องโยกกัน และรายการได้มา และจัดจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทฯ เป็นต้น เพื่อผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นทุกราย

2.6 ความเสี่ยงด้านระบบ IT

2.6.1 ความเสี่ยงจากปัญหา,ข้อจำกัด และอุปสรรคการทำงานของระบบ ERP

บริษัทฯ มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้กระบวนการดำเนินงานทั้งหมดอาศัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เป็นกลไกสำคัญ บริษัทฯ ตรวจพบปัญหา และข้อจำกัดในการใช้งานของระบบ ERP ที่ใช้อยู่ไม่สามารถยืดหยุ่นหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานในบางส่วนของระบบได้ รวมถึงการประมวลผลข้อมูลได้ตามที่บริษัทฯ ต้องการ ทำให้เกิดการดำเนินงานช้าช้อน และสูญเสียเวลาทำงานที่เพิ่มขึ้น จากปัญหาดังกล่าว บริษัทฯ จึงมีนโยบายนำระบบ ERP ใหม่มาใช้ โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ของปี 2567 ทั้งนี้อยู่ในช่วงของการเริ่มใช้และพัฒนาระบบ ซึ่งจากการใช้ระบบ ERP ใหม่ สามารถแก้ปัญหา และข้อจำกัดเดิมได้เป็นอย่างดี

2.7 ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย

2.7.1 ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA)

เนื่องจากลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มุ่งเน้นการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดแบบครบวงจร ซึ่งในการดำเนินงานต้องเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมากในการดำเนินธุรกิจ ทั้งในส่วนของการประสานงาน และการรับ-ส่งข้อมูลส่วนบุคคล บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงมาตรการควบคุมการจัดเก็บดูแล โดยทางบริษัทฯ ได้ให้ทีมตรวจสอบภายใน (Internal Audit – IA) ดำเนินการตรวจสอบเพิ่มเติม พบว่าควรมีการเพิ่มมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลให้ครอบคลุม และควรมีทีมกำกับดูแลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น บริษัทฯ จึงจัดตั้งคณะทำงาน PDPA เพื่อกำกับดูแลในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

3. ภาวะอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) หรือ MCA เป็นผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดพร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจร ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ บริษัทฯ ดำเนินงานมากกว่า 10 ปี โดยมีบริการหลัก 5 ประเภท ได้แก่ บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล, บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า, บริการพนักงานแนะนำสินค้า และบริการจัดเรียงสินค้า, ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า¹

เราเป็นบริษัทฯ ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจรโดยรวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดภาคสนาม การตลาดดิจิทัล การบรรจุและจัดส่งสินค้า บริการพนักงานแนะนำสินค้า และบริการจัดเรียงสินค้าตามลักษณะของธุรกิจ B2B ที่มีลูกค้าหลักเป็นบริษัทที่ต้องการส่งเสริมการขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่าย บริษัทฯ ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ MAI เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2566 และมีรายได้หลักที่เกิดจากการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล ทั้งนี้ แนวทางของ บริษัทฯ คือการสร้างเชื่อมโยงระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคผ่านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เน้นประสิทธิภาพและนวัตกรรมในการบริการ²

รายงานการวิเคราะห์งบการเงินและการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) (MCA) ปี 2567 นี้ ได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อให้นักลงทุนและตลาดหลักทรัพย์ได้รับทราบข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ พร้อมทั้งแสดงให้เห็นถึงตัวตนและตำแหน่งของบริษัทฯ ในอุตสาหกรรมด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าแบบครบวงจร ในขณะนี้ บริษัทฯ ได้ขยายขอบเขตธุรกิจไปสู่การเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Distributor) ซึ่งคาดว่าจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตในอนาคต

ข้อมูลในรายงานฉบับนี้รวบรวมผลการวิเคราะห์งบการเงินล่าสุดของบริษัทฯ รวมถึงแนวโน้มในอุตสาหกรรมและผลกระทบทางเศรษฐกิจที่อาจมีผลต่อบริษัทฯ เพื่อให้ให้นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียได้รับภาพรวมที่ครบถ้วนและชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่การตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค รายงานนี้จึงเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ ซึ่งแยกออกเป็นส่วนต่างๆ อาทิ บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า บริการพนักงานแนะนำสินค้า และบริการจัดเรียงสินค้า อีกทั้งยังเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าสู่ธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งถือเป็นการขยายตัวที่สำคัญในการเพิ่มช่องทางสร้างรายได้และความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ

การวิเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นว่าบริษัทมีการกระจายรายได้ที่มีความสมดุลและสามารถรองรับความผันผวนของตลาดในภาคส่วนต่างๆ ได้อย่างดี พร้อมกับการบูรณาการเทคโนโลยีในระบบบริหารจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการในทุกมิติ นอกจากนี้ การขยายธุรกิจสู่การเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าในอนาคตยังเป็นสัญญาณที่ดีในการสร้างกลไกขับเคลื่อนการเติบโตให้กับบริษัทในยุคที่ตลาดมีการแข่งขันสูงและต้องการความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อแนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว³

โดยสรุปรายงานฉบับนี้มุ่งเน้นที่จะให้ข้อมูลที่ชัดเจนและครอบคลุมเกี่ยวกับสถานะทางการเงินและโครงสร้างรายได้ของ บริษัทฯ รวมถึงการวิเคราะห์ตลาดในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและแนวโน้มทางเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่นักลงทุนและตลาดหลักทรัพย์จะนำไปประเมินโอกาสและความเสี่ยงของบริษัทฯ อย่างรอบด้านพร้อมทั้งเป็นเอกสารอ้างอิงที่ช่วยเสริมความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ ในฐานะผู้นำด้านการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าในตลาดไทยในยุคดิจิทัลนี้

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ

จากข้อมูลงบการเงินของบริษัทฯ ในปี 2567 บริษัทฯ ได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างรายได้ผ่านการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย ซึ่งเป็นไปตามแผนที่ผู้บริหารได้วางเป้าหมายไว้ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของผู้บริหาร

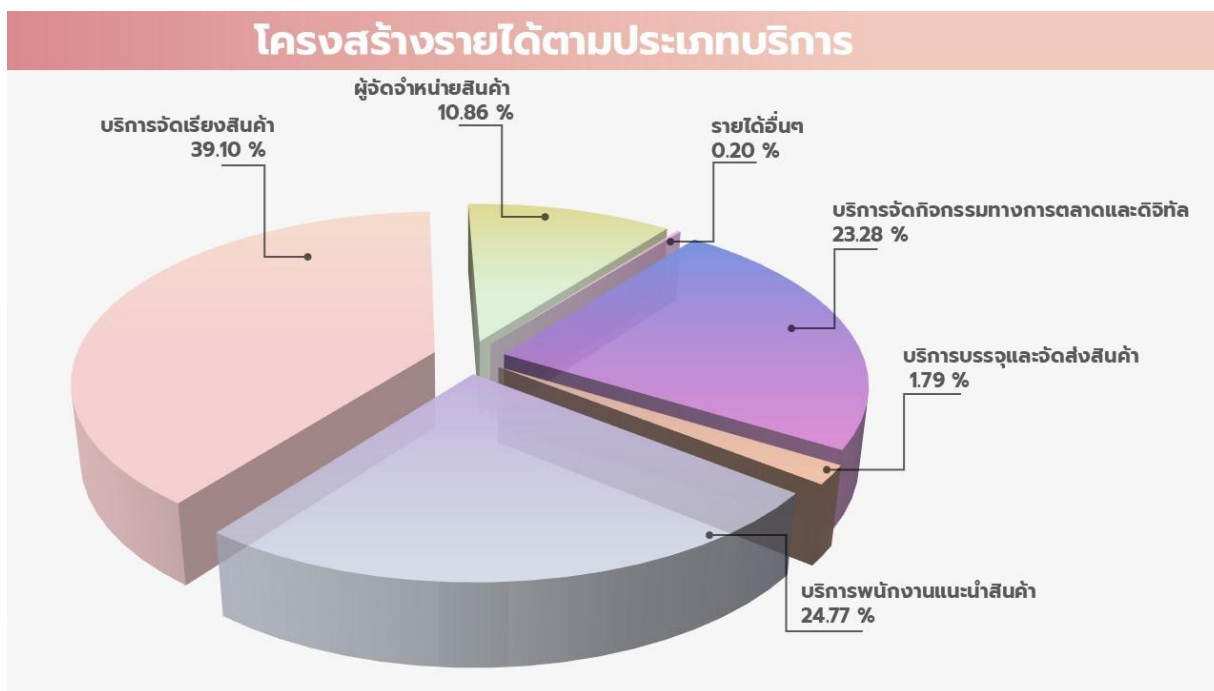
¹ <https://www.marketconnectionsasia.com/companyinformation>

² [https://www.fnsyrus.com/uploads/research/20231025MARKETCONNECTIONSASIA\(MCA_TB\)_TPTHB4.80.pdf](https://www.fnsyrus.com/uploads/research/20231025MARKETCONNECTIONSASIA(MCA_TB)_TPTHB4.80.pdf)

³ <https://www.longtunman.com/47352>

ที่มุ่งเน้นการฟื้นฟูและขับเคลื่อนตลาดในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยรายได้เหล่านี้เกิดจากการให้บริการในหลายด้าน ได้แก่⁴

- บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล : 23.28%
- บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า : 1.79%
- บริการพนักงานแนะนำสินค้า : 24.77%
- บริการจัดเรียงสินค้า : 39.10%
- ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า : 10.86%
- รายได้อื่นๆ : 0.20%



ที่มา : <https://www.set.or.th/th/market/product/stock/quote/MCA/financial-statement/company-highlights>

1. บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล (Marketing and Digital Activities Services)

การจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัลในประเทศไทยมีการแข่งขันสูง โดยมีผู้ให้บริการหลายรายที่นำเสนอการวางแผนและดำเนินกิจกรรมการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ บริษัทฯมีความเชี่ยวชาญในด้านนี้ และมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี โดยรายได้จากบริการนี้คิดเป็น 23.28% ของรายได้รวม หรือประมาณ 153.41 ล้านบาท แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันและการยอมรับจากลูกค้าในตลาดนี้

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลล่าสุดจากงานวิจัยของ Statista และ trade.gov พบว่าตลาดบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัลในประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างมั่นคง โดยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ในช่วงประมาณ 7-10% ในช่วง 5-7 ปีที่ผ่านมา 5 แนวโน้มนี้ได้รับการขับเคลื่อนโดยการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการดิจิทัลมากขึ้น ทั้งในรูปแบบกิจกรรมออนไลน์และกิจกรรมแบบไฮบริด ซึ่งช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

⁴ <https://www.kaohoon.com/news/712954>

⁵ <https://www.statista.com/statistics/1019041/thailand-digital-services-market-value/>

ขณะเดียวกัน ตลาดนี้ยังอยู่ในช่วงของการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่นำเทคโนโลยีขั้นสูงมาประยุกต์ใช้ในการวัดผลและปรับปรุง ROI “Return on Investment” ของกิจกรรม การตลาด6 ทำให้บริษัทในอุตสาหกรรมนี้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นและสามารถรักษาการเติบโตในระยะยาวได้ตามที่คาดการณ์ไว้ในช่วงเวลาที่ผ่านมาและอนาคตอันใกล้

2. บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า (Packing and Logistics)

บริการบรรจุและจัดส่งสินค้าเป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทมีรายได้จากบริการนี้คิดเป็น 1.79% ของรายได้รวม หรือประมาณ 11.75 ล้านบาท ตลาดนี้มีผู้เล่นหลายราย ทั้งบริษัทโลจิสติกส์ขนาดใหญ่และผู้ให้บริการเฉพาะด้าน การที่บริษัทสามารถสร้างรายได้ในระดับนี้สะท้อนถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและความน่าเชื่อถือในบริการ

3. บริการพนักงานแนะนำสินค้า

การใช้พนักงานแนะนำสินค้าเป็นกลยุทธ์ที่หลายบริษัทใช้เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า บริษัทมีรายได้จากบริการนี้คิดเป็น 24.77% ของรายได้รวม หรือประมาณ 163.19 ล้านบาท ตลาดนี้มีการแข่งขันจากบริษัทที่ให้บริการพนักงานชั่วคราวและบริษัทจัดหางาน การที่บริษัทสามารถรักษาระดับรายได้นี้แสดงถึงความสามารถในการจัดหาบุคลากรที่มีคุณภาพและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

4. บริการจัดเรียงสินค้า

บริการจัดเรียงสินค้าเป็นส่วนสำคัญในการจัดการพื้นที่ขายในร้านค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอสินค้าและส่งเสริมการขาย บริษัทมีรายได้จากบริการนี้คิดเป็น 39.10% ของรายได้รวม หรือประมาณ 257.62 ล้านบาท ตลาดนี้มีผู้ให้บริการหลายรายที่แข่งขันกัน การที่บริษัทสามารถสร้างรายได้ในระดับนี้บ่งชี้ถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

5. ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า

การเข้าสู่ธุรกิจผู้จัดการจำหน่ายสินค้าในปี 2567 ของบริษัท ไม่เพียงแต่เป็นการขยายขอบเขตธุรกิจจากการให้บริการด้านการตลาดไปสู่การกระจายสินค้าโดยตรง แต่ยังเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งในห่วงโซ่อุปทานและสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ในระยะยาว จากการที่บริษัท มีรายได้จากบริการนี้คิดเป็น 10.86% ของรายได้รวม หรือประมาณ 71.58 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลายประการที่ช่วยอธิบายถึงศักยภาพและเหตุผลที่น่าสนใจของการเข้าสู่ตลาดนี้ หนึ่งในเหตุผลสำคัญคือการที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการตลาดและการสร้างแบรนด์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยให้การทำงานในฐานะผู้จัดการจำหน่ายสินค้ามีประสิทธิภาพสูง เนื่องจากความเข้าใจในพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผ่านมา นอกจากนี้ บริษัทยังมีเครือข่ายและความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตและคู่ค้าหลายรายในตลาดทำให้สามารถต่อรองเงื่อนไขการจัดซื้อและกระจายสินค้าได้ในอัตราที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย ตลาดผู้จัดการจำหน่ายสินค้าในปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงจากผู้เล่นหลายราย ทั้งบริษัทขนาดใหญ่และเอเจนซี่เฉพาะทาง อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ธุรกิจในช่วงเริ่มแรกนี้ทำให้บริษัทมีโอกาสสร้างความแตกต่างด้วยการผสานประสบการณ์ด้านการตลาดเข้ากับการจัดการโลจิสติกส์และการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งอาจเป็นข้อได้เปรียบในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการบริการที่ครบวงจร นอกจากนี้ การที่บริษัทสามารถสร้างรายได้ในระดับนี้ในปีแรก ยังสะท้อนถึงศักยภาพในการเติบโตในอนาคตเมื่อมีการขยายฐานลูกค้าและการทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญในช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและปรับปรุงกำไรได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว นับเป็นกลยุทธ์ที่มีการลงทุนทั้งในด้านทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยี และการตลาดที่จะช่วยให้บริษัทสามารถแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้ นอกจากนี้ แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้ช่องทางดิจิทัลและการซื้อขายออนไลน์ในยุคปัจจุบัน ยังเปิดโอกาสให้บริษัทสามารถผสานการจัดการจำหน่ายสินค้ากับกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ครบถ้วนแก่ลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงตลาดอย่างกว้างขวางอีกด้วย

⁶ <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-selling-factors-and-techniques>

3. ภาวะอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ

บริษัทฯ ยังคงรักษาความเป็นผู้นำด้านการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างครบวงจร โดยในปัจจุบันอุตสาหกรรมการจัดจ้างภายนอกในประเทศไทยแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะในภาคบริการ จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในรายงานภาวะเศรษฐกิจประจำเดือนกันยายน 2567 ระบุว่าเศรษฐกิจไทยเติบโต 2.1% ในไตรมาสที่ 3 โดยภาคการค้าส่งและค้าปลีกมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการจ้างงาน⁷ การเพิ่มขึ้นของแรงงานในภาคบริการ Outsourcing สอดคล้องกับการขยายตัวของตลาดค้าปลีกทั้งในรูปแบบ Modern Trade และ Traditional Trade ที่ยังคงขยายตัวอยู่ในระดับที่ดี ตามการวิเคราะห์ของธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) ตลาด Modern Trade ในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัว 3.4% ในปี 2567 และคาดการณ์ที่ 3% ในปี 2568 โดยได้รับแรงหนุนจากกำลังซื้อที่ฟื้นตัวและการกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ⁸ ในขณะเดียวกัน ตลาด Traditional Trade ยังคงรักษาการเติบโตในระดับที่น่าพอใจ โดยเฉพาะในพื้นที่ต่างจังหวัดที่พึ่งพาร้านค้าปลีกดั้งเดิม ผู้ประกอบการในภาคค้าปลีกได้รับการสนับสนุนจากการลงทุนในเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและการจัดการห่วงโซ่อุปทาน รายงานของธนาคารกรุงศรีอยุธยาคาดการณ์ว่าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่จะเติบโตเฉลี่ย 5.0-5.5% ต่อปีในช่วงปี 2567-2569 โดยได้แรงหนุนจากความคืบหน้าของโครงสร้างพื้นฐานและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล⁹

การเพิ่มงบประมาณการตลาดและการจัดการห่วงโซ่อุปทานในระดับที่กว้างขวางสะท้อนถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อการแข่งขันที่สูงขึ้นและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งเป็นแนวโน้มที่สอดคล้องกับการพัฒนาของอุตสาหกรรมการจัดจ้างภายนอกและค้าปลีกในประเทศไทยในปี 2567

สภาวะการลงทุนและการใช้จ่ายด้านการตลาด

การวิเคราะห์ล่าสุดเกี่ยวกับแนวโน้มงบประมาณทางการตลาดของบริษัทข้ามชาติ (Multinational Corporations: MNCs) ในประเทศไทยระหว่างปี 2567-2568 ซึ่งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการกำกับดูแลของสำนักงานใหญ่ระดับโลก แม้ว่าจะยังไม่มีข้อมูลตัวเลขที่แน่ชัดจากรายงานสาธารณะเกี่ยวกับงบประมาณทางการตลาดเฉลี่ยของ MNCs ในประเทศไทยในปี 2567 แต่การประเมินจาก PwC Thailand คาดการณ์ว่างบประมาณการตลาดในภาคธุรกิจค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภคอาจสูงถึงร้อยละ 10-12 ของรายได้รวมในช่วงปี 2567 โดยมีการบูรณาการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และกลยุทธ์การตลาดแบบ Omni-channel เป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลัก¹⁰

การลงทุนในเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Real-time Data Analytics) ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกแสดงให้เห็นถึงการเติบโตที่สำคัญ รายงานจาก IDC ระบุว่า การใช้จ่ายด้าน Big Data และ Analytics ซึ่งรวมถึง Real-time Data Analytics เพิ่มขึ้น 19.6% ในปี 2566 (2023) โดยมีมูลค่า 42.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องในปี 2567¹¹

จากข้อมูลของ Statista การใช้จ่ายโฆษณาในประเทศไทยในปี 2567 คาดว่าจะมีมูลค่า 4,845 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยคาดการณ์ว่าจะเติบโตที่อัตราเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 3.32% ระหว่างปี 2567-2572 จนถึง 5,704 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2572 โฆษณาดิจิทัลครองสัดส่วน 51% ของการใช้จ่ายทั้งหมดในปี 2567 ขณะที่โฆษณาทางโทรทัศน์และวิดีโอมีมูลค่า 2,441 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่มีแนวโน้มลดลงเมื่อเทียบกับช่องทางดิจิทัลที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง¹²

⁷ <https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20241031.html>

⁸ <https://today.line.me/th/v2/article/pez9llG>

⁹ <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026>

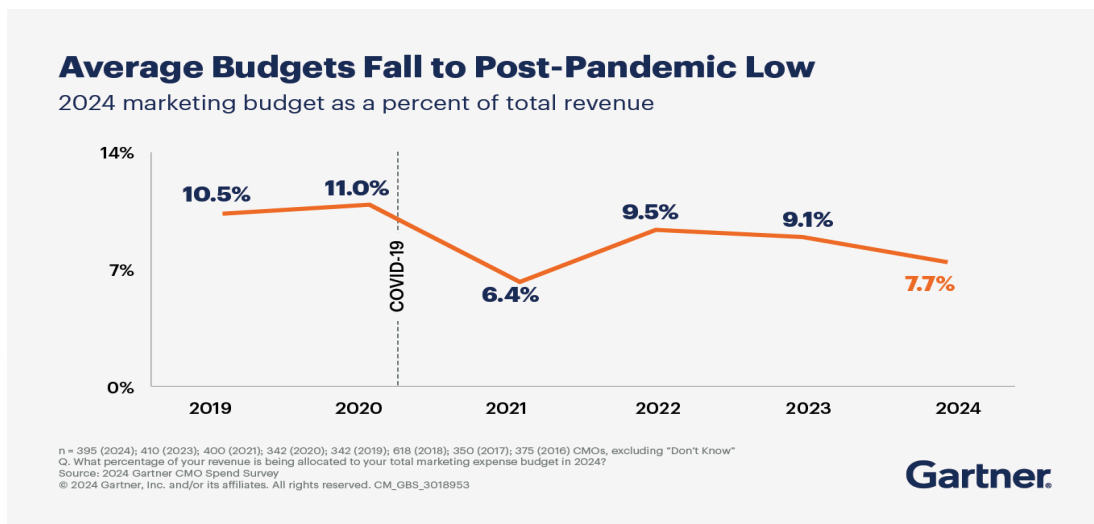
¹⁰ <https://www.bangkokpost.com/business/general/2864873/thai-consumers-shift-focus-to-essentials>

¹¹ <https://ciotechasia.com/big-data-and-analytics-spending-in-asia-pacific/>

¹² <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/thailand>

การลดลงของงบประมาณสำหรับช่องทางแบบดั้งเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยรายงานของ Gartner คาดการณ์ว่าสัดส่วนงบประมาณสำหรับช่องทางดั้งเดิม ในบริษัทข้ามชาติทั่วโลกอาจลดลงเหลือประมาณ 40-50% ของงบประมาณทั้งหมดในปี 2567¹³

สัดส่วนงบประมาณการตลาดเทียบกับรายได้ลดลงสู่ระดับต่ำสุดหลังยุคโควิด จากการสำรวจของ Gartner ระหว่างปี 2019 - 2024



ที่มา : The 2024 Gartner CMO Spend Survey , Gartner

งบประมาณการตลาดระดับโลกและผลกระทบต่อประเทศไทย

แนวโน้มการจัดสรรงบประมาณในภูมิภาคต่าง ๆ

ข้อมูลจากรายงานของ Gartner ที่อัปเดตล่าสุดในไตรมาสที่ 4 ปี 2567 ชี้ให้เห็นว่าบริษัทข้ามชาติในทวีปอเมริกาเหนือเพิ่มสัดส่วนงบประมาณการตลาดเป็นร้อยละ 12.4 ของรายได้ ขณะที่บริษัทในยุโรปอยู่ที่ร้อยละ 10.8¹⁴ การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบแสดงให้เห็นว่าการลงทุนในเทคโนโลยีการตลาดแบบปรับตัวได้ (Adaptive Marketing Technology) เติบโตในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 18.5 ต่อปีตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นมา¹⁵

การปรับตัวเชิงกลยุทธ์นี้สะท้อนให้เห็นในตลาดไทยผ่านโครงการวิจัย "การปฏิรูปกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์" ที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก วช. จำนวน 209.1 ล้านบาท¹⁶ ซึ่งเน้นการพัฒนากระบวนการวิเคราะห์ผู้บริโภคแบบหลายมิติ (Multidimensional Consumer Profiling) ที่สามารถประมวลผลข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคได้มากถึง 15 แหล่งข้อมูลพร้อมกัน

¹³ <https://www.gartner.com/en/marketing/topics/marketing-budget>

¹⁴ <https://www.ditp.go.th/post/187210>

¹⁵ <https://www.nrct.go.th/file/7/report-budget-2567.pdf>

¹⁶ <https://www.nrct.go.th/file/7/report-budget-2567.pdf>

นวัตกรรมการตลาดและเทคโนโลยีสมัยใหม่

รายงานล่าสุดจากเดนทส์ใน "Dentsu Media Trends 2025" ชี้ให้เห็นว่า บริษัทข้ามชาติในประเทศไทยร้อยละ 50 เริ่มใช้เครื่องมือ AI เพื่อวางแผนแคมเปญการตลาดแบบเรียลไทม์ ซึ่งรวมถึงเทคโนโลยีที่คล้ายกับ AI Planner¹⁷ เทคโนโลยีนี้ช่วยเพิ่มความแม่นยำในการคาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภคได้ร้อยละ 20-40 ในบางกรณี เมื่อเทียบกับวิธีการดั้งเดิม ขึ้นอยู่กับบริบทการใช้งาน¹⁸ ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ที่โดดเด่นได้แก่ระบบ Automated Bidding ของ Google Ads

ซึ่งสามารถปรับกระจายงบประมาณระหว่างช่องทางต่างๆ แบบเรียลไทม์ โดยอ้างอิงจากข้อมูลการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค (Consumer Engagement Metrics) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญอย่างต่อเนื่อง¹⁹

การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดแบบบูรณาการ

การวิจัยจาก MobTech ระบุว่า การใช้แพลตฟอร์ม Omnichannel Management System ในไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 45 ในปี 2567²⁰ โดยระบบเหล่านี้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลจาก 7 ช่องทางหลักได้แก่

1. อีคอมเมิร์ซ
2. โซเชียลมีเดีย
3. ร้านค้าปลีกออฟไลน์
4. แอปพลิเคชันมือถือ
5. เครื่องจักรอัตโนมัติ (IoT Devices)
6. ศูนย์บริการลูกค้า
7. แพลตฟอร์มเนื้อหาแบบสั้น (Short-form Content Platforms)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยของ วช. แสดงให้เห็นว่าการใช้ระบบดังกล่าวช่วยลดเวลาการตัดสินใจทางการตลาดลงได้ร้อยละ 60 ขณะที่เพิ่มอัตราการแปลง (Conversion Rate) ได้ร้อยละ 22²¹

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z ได้แปรเปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้บริษัทต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับแนวโน้มใหม่ๆ จากรายงาน Digital Consumer Trends 2024 พบว่า Gen Z ในประเทศไทยใช้เวลาเฉลี่ยบนแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นประมาณ 3.4 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเพิ่มขึ้นประมาณ 18% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา²² นั่นหมายความว่าเนื้อหาที่กระชับและมีความน่าสนใจในรูปแบบวิดีโอสั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายนี้ ด้วยเหตุนี้ บริษัทจึงควรมุ่งเน้นการผลิตคอนเทนต์ที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ผู้บริโภคผ่านช่องทาง TikTok, YouTube Shorts และ Instagram Reels โดยตั้งเป้าให้ Engagement Rate ของวิดีโอสั้นเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 15% ภายใน 6 เดือนหลังจากปรับกลยุทธ์

¹⁷ <https://insight.dentsu.com/2025-media-trends/>

¹⁸ <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/how-generative-ai-can-boost-consumer-marketing>

¹⁹ <https://support.google.com/google-ads/answer/2471185>

²⁰ <https://www.ditp.go.th/post/187210>

²¹ <https://www.nrct.go.th/file/7/report-budget-2567.pdf>

²² <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-30-08-24-en.html>

นอกจากนี้ งานวิจัยจาก Digital Marketing Insights 2024 ระบุว่าลูกค้าที่ได้รับประสบการณ์การสื่อสารแบบ Personalization มีโอกาสซื้อซ้ำเพิ่มขึ้นถึง 32% เมื่อเทียบกับกลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้รับการปรับแต่ง²³ ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยี Big Data Analytics และระบบ CRM ในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อปรับแต่งข้อความและข้อเสนอให้ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล บริษัทจึงควรนำระบบดังกล่าวมาใช้เพื่อต่อยอดและเพิ่ม Conversion Rate ในช่องทางออนไลน์อย่างน้อย 10% ภายในปีแรกของการใช้งานระบบใหม่

จากการรายงานของ eCommerce Growth Outlook 2024 ระบุว่า Mobile Commerce และ Social Commerce ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เติบโตขึ้นเฉลี่ยประมาณ 27% ต่อปีในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา²⁴ ซึ่งเป็นหลักฐานชี้ให้เห็นว่าช่องทางออนไลน์มีบทบาทเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการซื้อขายสินค้าและบริการ บริษัทควรให้ความสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชันมือถือที่ใช้กันอย่างง่าย เพื่อลดอัตราการละทิ้งตะกร้าสินค้าและเพิ่ม Conversion Rate โดยตั้งเป้าลดอัตราการละทิ้งตะกร้าลง 15% ภายใน 1 ปี

จากกรณีศึกษาจากงานวิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลในปี 2024 อาจส่งผลให้บริษัทต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งในด้านการผลิตเนื้อหาดิจิทัลและการสื่อสารแบบ Personalization พร้อมทั้งพัฒนาช่องทางการซื้อขายออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการลงทุนในด้านนี้คาดว่าจะสามารถเพิ่ม Engagement Rate ได้ 15–20% และส่งผลให้ยอดขายในกลุ่ม Gen Z เพิ่มขึ้นประมาณ 10–15% ในระยะยาว

มุมมองเศรษฐกิจปี 2025

ในมุมมองเศรษฐกิจโลกสำหรับปี 2025 เราจะเห็นภาพรวมที่เติบโตอย่างช้าๆ เมื่อเทียบกับช่วงหลังวิกฤตโควิด-19 แม้ว่าการเติบโตที่คาดการณ์ไว้จะอยู่ในระดับที่ต่ำลงประมาณ 2.8% ตามที่รายงานของสหประชาชาติระบุ²⁵ แต่ก็ยังมีความเป็นไปได้ที่บางภูมิภาค โดยเฉพาะในตลาดเกิดใหม่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และบางประเทศในแอฟริกาจะฟื้นตัวได้ในระดับที่สูงขึ้นอยู่ระหว่าง 2.5% ถึง 3.3%²⁶ ทั้งนี้ การเติบโตของเศรษฐกิจโลกในปีนี้ยังถูกกำหนดโดยปัจจัยหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านการเงินและภาคการลงทุนในระดับโลก หนึ่งในปัจจัยหลักคือการปรับนโยบายการเงินและการคลังของแต่ละประเทศ หลังจากที่หลายประเทศใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงวิกฤต ผู้กำหนดนโยบายจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เช่น การปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยและการควบคุมการใช้จ่ายภาครัฐ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการบริโภคและการลงทุนในแต่ละประเทศ²⁷

ในขณะเดียวกัน ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์และความไม่แน่นอนด้านนโยบายระหว่างประเทศยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญและสามารถสร้างความผันผวนในตลาดการเงินโลกได้ ผู้ลงทุนจึงจำเป็นต้องระมัดระวังในบริบทของความเสี่ยงนี้²⁸ นอกจากนี้ ปัญหาที่เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานและการจัดการห่วงโซ่อุปทานก็ยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่มีปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบและความไม่ต่อเนื่องในการจัดส่งสินค้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของธุรกิจระดับโลก²⁹

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมก็มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางเศรษฐกิจในปี 2025 เทคโนโลยีขั้นสูงเช่น ปัญญาประดิษฐ์ (AI), การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงและบล็อกเชน จะเข้ามามีส่วนช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพและสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ³⁰ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและแนวโน้มสู่ความ

²³ <https://contentshifu.com/blog/digital-insights-thailand/>

²⁴ <https://www.marketingoops.com/reports/e-commerce-trend-2025/>

²⁵ <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-2025/>

²⁶ https://www.un.org/development/desa/dpad/document_gem/global-economic-monitoring-unit/world-economic-situation-and-prospects-wesp-report/

²⁷ <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2025/01/17/world-economic-outlook-update-january-2025>

²⁸ <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>

²⁹ <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/economy/global-economic-outlook-2025.html>

³⁰ <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/mckinsey-global-economics-intelligence>

ยั่งยืนในการพัฒนา ก็เป็นประเด็นที่ต้องคำนึงถึง เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายภายในประเทศ³¹

ในส่วนของผู้ที่มีภูมิภาคเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้ว หลายประเทศคาดว่าจะมีนโยบายการเงินที่เข้มงวดขึ้นเพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อ แต่ก็มีการลงทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อกระตุ้นการเติบโตในระยะยาว ในขณะที่ตลาดเกิดใหม่จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาภาคโครงสร้างพื้นฐานและการขยายฐานผู้บริโภคที่มีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเจรจาต่อรองและการสร้างข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการลดความไม่แน่นอนและสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุน³²

ข้อมูลและมุมมองนี้ได้รับการสังเคราะห์จากรายงานของสหประชาชาติ, Westpac, deloitte รวมถึงข้อมูลจาก IMF และ World Bank ที่เป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้สำหรับการวิเคราะห์เศรษฐกิจโลกในปี 2025

งานวิจัยเศรษฐกิจภายนอกที่มีผลกระทบกับบริษัทฯ

งานวิจัยจาก SCB EIC ระบุว่านโยบาย Trump 2.0 มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกผ่านการเพิ่มภาษีนำเข้าและการกีดกันทางการค้า ซึ่งทำให้เกิดความไม่แน่นอนต่อการส่งออกและการลงทุนในประเทศไทย³³ สำหรับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการตลาดครบวงจร ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ การเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าในระดับโลกนี้เป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญที่ต้องได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบ³⁴

นอกจากผลกระทบที่มาจากนโยบายดังกล่าวแล้ว ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนและสภาพคล่องในตลาดการเงินยังเป็นปัจจัยที่อาจกระทบต่อกำไรและต้นทุนของบริษัทฯ เนื่องจากความไม่แน่นอนในตลาดเงินต่างประเทศสามารถเปลี่ยนแปลงต้นทุนการทำธุรกรรมระหว่างประเทศได้³⁵ อีกทั้งความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์และสงครามการค้าระหว่างประเทศก็มีแนวโน้มที่จะลดความเชื่อมั่นของนักลงทุนและส่งผลกระทบต่อเครือข่ายการส่งออกของประเทศไทย ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันและสินค้าโภคภัณฑ์ก็สามารถเพิ่มต้นทุนด้านการขนส่งและการผลิต ซึ่งมีผลโดยตรงต่อห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ³⁶

ในด้านเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัลส่งผลให้รูปแบบการตลาดต้องปรับตัวอยู่เสมอ บริษัทที่สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปได้จะมีความสามารถในการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันได้ดีกว่า³⁷ บริษัทฯจึงจำเป็นต้องติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจโลกและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงให้มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดอย่างทันทั่วทั้ง³⁸

การวิเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากนโยบาย Trump 2.0 รวมทั้งปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ส่งผล กระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับความไม่แน่นอนในเศรษฐกิจโลกและในประเทศไทย โดยการนำข้อมูลและแนวทางจากงานวิจัยที่เชื่อถือได้มาปรับใช้ในกลุ่มยุทธศาสตร์การตลาดและการบริหารความเสี่ยงบริษัทฯจึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในอนาคต

การจัดการความเสี่ยงภายนอกที่ควบคุมได้ในธุรกิจการตลาดและบริการ (Marketing & Services)

³¹ <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/economy/global-economic-outlook-2025.html>

³² <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>

³³ <https://www.scbeic.com/en/detail/product/trade-151124>

³⁴ <https://www.scbeic.com/en/detail/product/outlook-q42024>

³⁵ <https://www.scbeic.com/th/detail/product/outlook-q32024>

³⁶ <https://techsauce.co/news/scb-eic-trump-impact-thai-economy-2025>

³⁷ <https://www.scbeic.com/en/detail/product/trade-151124>

³⁸ <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/how-generative-ai-can-boost-consumer-marketing>

ธุรกิจด้านการตลาดและบริการต้องเผชิญกับความเสี่ยงภายนอกหลายด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องและความสำเร็จขององค์กร แม้ความเสี่ยงเหล่านี้จะเกิดจากปัจจัยภายนอก แต่หลายอย่างสามารถคาดการณ์และบริหารจัดการเพื่อลดผลกระทบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในสภาพแวดล้อมธุรกิจยุค VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) บริษัท จำเป็นต้องเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดอยู่เสมอ ผู้นำและพนักงานทุกระดับต้องร่วมมือกันปรับกลยุทธ์ให้มีความคล่องตัวและยืดหยุ่น เพื่อที่จะสามารถอยู่รอดและเหนือกว่าคู่แข่งได้³⁹

รายงานนี้วิเคราะห์ความเสี่ยงภายนอกที่สามารถควบคุมได้ในอุตสาหกรรมการตลาดและบริการใน 4 ด้าน ได้แก่

1. ความเสี่ยงด้านซัพพลายเชนและพันธมิตร
2. ความเสี่ยงด้านลูกค้าและเครดิต
3. ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน
4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มตลาด

โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลกับสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต พร้อมแนวทางลดผลกระทบและจัดการความเสี่ยงแต่ละด้านที่ได้รับการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

1. ความเสี่ยงด้านซัพพลายเชนและพันธมิตร

ในยุคที่ความผันผวนของตลาดโลกและความไม่แน่นอนด้านภูมิรัฐศาสตร์เข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านซัพพลายเชนก็มีความซับซ้อนและหลากหลายยิ่งขึ้น สำหรับบริษัท ที่กำลังขยายธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยเหล่านี้ได้แทรกซึมมาสู่การดำเนินงานอย่างชัดเจน ทั้งในด้านการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงคลังจากการได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศจากบริษัทสยามเฮลส์ และการปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจ

ในมุมมองภายนอก ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านซัพพลายเชนประกอบด้วย ความผันผวนของตลาดโลกและอัตราแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายองค์กรทั่วโลกต้องเผชิญ โดยเฉพาะเมื่อมีการพึ่งพิงพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ ภาวะความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์และความตึงเครียดในการค้าระหว่างประเทศก็มีผลโดยตรงต่อความสามารถในการรักษาห่วงโซ่อุปทานให้ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ด้วยปัจจัยเหล่านี้ บริษัทฯ จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ในการกระจายแหล่งที่มาของสินค้า เพื่อลดการพึ่งพิงในคู่ค้ารายใดรายหนึ่ง รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยเพิ่มความโปร่งใสในการติดตามสถานะของสินค้าและการบริหารจัดการโลจิสติกส์ให้แม่นยำมากยิ่งขึ้น

จากงานวิจัยล่าสุดจาก McKinsey Global Supply Chain Leader Survey (2024) ชี้ให้เห็นว่าบริษัททั่วโลกยังคงเผชิญกับความท้าทายที่เกิดจากความผันผวนในตลาด รวมถึงความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอัตราแลกเปลี่ยนและความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อห่วงโซ่อุปทาน แม้ว่าจะมีองค์กรหลายแห่งจะได้ดำเนินการพัฒนากลยุทธ์เช่น dual-sourcing หรือ regionalization เพื่อลดความเสี่ยง แต่ผลสำรวจยังเผยให้เห็นถึงความไม่แน่นอนในการบริหารความเสี่ยงอย่างรัดกุม โดยเฉพาะในส่วนของการมีส่วนร่วมของบอร์ดบริหารในการกำหนดแนวทางรับมือกับความท้าทายเหล่านี้⁴⁰

จากข้อมูลของบริษัทฯ แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความซับซ้อน ทั้งในแง่ของการขยายธุรกิจและการบริหารต้นทุน จากเหตุการณ์สำคัญที่บริษัทได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าทั่วประเทศในเดือนสิงหาคม 2567 ทำให้มีการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงคลังเพื่อรองรับการกระจายสินค้าไปยังลูกค้าทั่วประเทศ ซึ่งส่งผลให้บริษัทต้องเผชิญกับความท้าทายในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และการรักษาระดับสินค้าคงคลังให้อยู่ในเกณฑ์

³⁹ SCG News Channel แนวคิด VUCA และความคล่องตัวในการรับมือความเสี่ยง

:<https://bit.ly/3XkoYOE>

⁴⁰ McKinsey: McKinsey Global Supply Chain Leader Survey 2024 | McKinsey

ที่เหมาะสม นอกจากนี้ บริบทของเศรษฐกิจโลกที่มีความไม่แน่นอนและผลกระทบจากนโยบายการค้าระหว่างประเทศก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้ต้นทุนและความซับซ้อนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพิ่มสูงขึ้น

ในภาพรวม บริษัทฯ จำเป็นต้องปรับปรุงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านซัพพลายเชนให้มีความครอบคลุมมากขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าคงคลังแบบเรียลไทม์เพื่อให้สามารถรับมือกับความผันผวนของตลาดและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความท้าทายจากภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อทั้งต้นทุนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการซัพพลายเชน บริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์ที่รวมเอาแนวทางใหม่ๆ เช่น การใช้ระบบ Advanced Planning and Scheduling (APS) และเทคโนโลยี AI ในการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการเสริมสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรที่มีศักยภาพในการแบ่งเบาผลกระทบจากความผันผวนในตลาดโลก การปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์เชิงรุกในยุคที่สภาพแวดล้อมภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้จะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้บริษัทสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการห่วงโซ่อุปทานในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

2. ความเสี่ยงด้านลูกค้าและเครดิต

ในบริบทของการดำเนินธุรกิจที่ให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและบริการในหลากหลายด้าน บริษัท MCA ต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านลูกค้าและเครดิตในฐานะปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบโดยตรงต่อสภาพคล่องและความสามารถในการบริหารจัดการเงินทุน ในรายงานการแสดงผลงานการเงินของบริษัทฯ พบว่าบริษัทมีลูกหนี้ (accounts receivable) รวมกว่า 198 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็นลูกหนี้จากงานบริการและการจำหน่ายสินค้า ซึ่งแสดงถึงความสำคัญของเครดิตที่ให้แก่ลูกค้าและผลกระทบจากการให้เครดิตในช่วงเวลาที่ยาวนาน (96 วันสำหรับลูกค้าในงานบริการ และ 60 วันสำหรับลูกค้าในธุรกิจจำหน่ายสินค้า) ซึ่งเป็นสัญญาณเตือนให้บริษัทให้ความสนใจเป็นพิเศษในด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงเครดิตและการคัดกรองลูกค้าให้เหมาะสมกับสถานะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอในมิติของความเสี่ยงด้านลูกค้าและเครดิตนั้น สภาวะเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ปัจจัยภายนอก

จากการวิเคราะห์ในงานวิจัยที่เผยแพร่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เช่น รายงานจาก Deloitte เรื่อง “Managing Customer Credit Risk in a Changing Global Environment” ได้เน้นย้ำว่าการบริหารจัดการเครดิตในภาคบริการที่มีลักษณะสัญญาณระยะยาวและเงื่อนไขการชำระเงินที่ผ่อนคลายเป็นพิเศษจำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูลมาช่วยในการประเมินความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถคาดการณ์แนวโน้มการชำระหนี้ของลูกค้าได้อย่างแม่นยำมากขึ้น ซึ่งการนำแนวทางดังกล่าวไปใช้ในองค์กรจะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการขยายฐานลูกค้าซึ่งมีลักษณะผันผวนตามสภาวะเศรษฐกิจ⁴¹

นอกจากนี้ งานวิจัยจากสถาบันวิจัยด้านการเงินและการบริหารความเสี่ยงในยุคดิจิทัล ยังชี้ให้เห็นว่าการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการประเมินเครดิตของลูกค้าด้วยการใช้ระบบ Big Data และ AI นั้นสามารถช่วยลดอัตราการผิดนัดชำระหนี้ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีการปรับใช้โมเดลการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่ครอบคลุมปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและความต้องการในการให้บริการที่มีความหลากหลาย⁴²

ในสภาวะเศรษฐกิจและการเมืองที่มีความผันผวน บริษัทฯ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านลูกค้าและเครดิต โดยควรมีมาตรการควบคุมและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอผ่านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า นอกจากนี้ การติดตามแนวโน้มเศรษฐกิจโลกและการเปลี่ยนแปลงนโยบายระหว่างประเทศจะช่วยให้สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารจัดการเครดิตได้อย่างทันทั่วถึง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยรักษาสภาพคล่องและความมั่นคงในการดำเนินงานของบริษัทในระยะยาว

⁴¹ Deloitte “Managing Customer Credit Risk in a Changing Global Environment” <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/financial-services/articles/managing-customer-credit-risk-in-a-changing-global-environment.html>

⁴² Journal of Environmental Psychology

: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405452620301234>

การผสมผสานแนวคิดจากงานวิจัยภายนอกกับข้อมูลภายในของบริษัทแสดงให้เห็นว่าแม้จะมีการเติบโตของรายได้ในบางธุรกิจ แต่การขยายเครดิตที่มากเกินไปโดยเฉพาะในภาวะตลาดที่ไม่แน่นอน อาจนำมาซึ่งความเสี่ยงที่ต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างเข้มงวดเพื่อป้องกันผลกระทบทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

3. ความเสี่ยงด้านการแข่งขัน

ในบริบทของการดำเนินธุรกิจบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและบริการ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายสินค้า บริษัทฯ ต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านการแข่งขันในสภาวะแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้ความท้าทายด้านการแข่งขันเพิ่มความเข้มข้นมากขึ้น ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่มีการแข่งขันสูง

บริษัทฯ ได้ชี้ให้เห็นถึงสภาพการแข่งขันที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมการตลาดดิจิทัล โดยมีการแข่งขันที่ไม่เพียงแต่เกิดขึ้นจากผู้เล่นรายเดิมที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการให้บริการเท่านั้น แต่ยังมี การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ที่พยายามนำเสนอบริการในรูปแบบที่แตกต่างและเน้นนวัตกรรมในการดึงดูดลูกค้า สิ่งนี้ส่งผลให้บริษัทต้องมีการปรับกลยุทธ์ทั้งในด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านการแข่งขัน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็ว การเข้าถึงข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ตลาดมีความโปร่งใสและการแข่งขันเข้มข้นมากขึ้น ผู้ประกอบการที่สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกและปรับตัวได้อย่างรวดเร็วจะมีข้อได้เปรียบในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง

จากรายงาน “The Top Trends in Tech” ของ McKinsey Digital พบว่าการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ และการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบคลาวด์ ได้สร้างแนวโน้มใหม่ที่เปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจขององค์กรทั่วโลก เทคโนโลยีเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้บริษัทสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างรวดเร็วเท่านั้น แต่ยังเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันเข้มข้นและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง⁴³

ทั้งนี้บริบททางการแข่งขันในยุคดิจิทัลยังบังคับให้บริษัทต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษาความสามารถทางเทคโนโลยีและการปรับปรุงกระบวนการภายในให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในแนวโน้มเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อธุรกิจโดยตรง ทั้งในด้านการขยายธุรกิจและการบริหารต้นทุนที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงในนโยบายการค้าและความผันผวนของตลาดโลก ข้อเท็จจริงเหล่านี้ส่งผลให้บริษัทต้องพัฒนากลยุทธ์ที่ครอบคลุมการลงทุนในเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้สามารถตรวจจับและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา

ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านการแข่งขันของ บริษัทฯ นั้นเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับแนวโน้มเทคโนโลยีและดิจิทัลในปัจจุบัน ซึ่งการลงทุนในเทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกไม่เพียงแต่ช่วยให้บริษัทสามารถปรับตัวและลดความเสี่ยงได้ แต่ยังเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคดิจิทัลนี้อีกด้วย

4. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มตลาด

ในยุคที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แนวโน้มของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีและวิถีการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงแนวโน้มตลาดในหลายมิติ ปัจจัยภายนอกเหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและข้อมูลดิจิทัลเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการปรับเปลี่ยนของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการใหม่ๆ ในเรื่องของความเร็ว ความสะดวกสบาย และประสบการณ์ที่แตกต่างจากเดิม

⁴³ McKinsey Technology Trends Outlook 2024

การแข่งขันในยุคดิจิทัลได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญโดยเน้นการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อสร้างความได้เปรียบในตลาด แนวคิดหลักที่สอดคล้องกับความเป็นจริงในปัจจุบันคือความสำคัญของการตรวจจับและปรับตัวต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกไม่เพียงแต่ช่วยให้คาดการณ์แนวโน้มของตลาดได้อย่างแม่นยำ แต่ยังช่วยให้บริษัทสามารถพัฒนากลยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาได้ทันที

งานวิจัยจาก McKinsey เน้นย้ำว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการตรวจจับสัญญาณของตลาดและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกจะช่วยให้บริษัทมีความสามารถในการปรับตัวและสร้างความแตกต่างในเชิงกลยุทธ์ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งแนวทางนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่ความเร็วและความแม่นยำในการตอบสนองต่อแนวโน้มตลาดเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน⁴⁴ นอกจากนี้ บทความดังกล่าวยังได้แสดงให้เห็นว่าการใช้กลยุทธ์แบบองค์รวมที่รวมเอาการลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าด้วยกันกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จะช่วยลดความเสี่ยงจากการแข่งขันในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับบริษัทฯ ที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านการแข่งขันในสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การปรับปรุงประสิทธิภาพของลูกค้านำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้สามารถติดตามแนวโน้มและปรับกลยุทธ์ได้ทันทั่วทั้ง ซึ่งจะส่งผลให้ บริษัทฯ สามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้าได้ในระยะยาว

การวิเคราะห์ทั้งหมดนี้จึงชี้ให้เห็นว่าปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงด้านการแข่งขันของบริษัทฯ สามารถคาดการณ์และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การนำแนวทางนี้ไปประยุกต์ใช้จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและลดความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มตลาดในยุคดิจิทัล ทำให้สามารถรักษาความได้เปรียบและเติบโตอย่างมั่นคงในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้ในระยะยาว

มุมมองเศรษฐกิจของประเทศไทยในปี 2025

ภาพรวมการเติบโตของ GDP

งานวิจัยภายในประเทศที่จัดทำโดยสถาบันการเงินชั้นนำ เช่น SCB EIC และ Krungsri ได้เผยว่าประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวในระดับเติบโตในช่วง 3.0%–3.5% ในปี 2025 โดยจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ การฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยว และการปรับตัวของภาคการบริโภคในตลาดภายในสำหรับปี 2568⁴⁵ คาดว่าการเติบโตจะคงอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงหรือปรับตัวลดลงเล็กน้อยอยู่ที่ประมาณ 3.0%–3.2% เนื่องจากปัจจัยภายนอก เช่น ความไม่แน่นอนด้านการค้าระหว่างประเทศและแรงกดดันด้านต้นทุนสินค้า รวมถึงผลกระทบจากโครงสร้างประชากรที่เริ่มมีแนวโน้มชะลอตัว⁴⁶

นโยบายและมาตรการส่งเสริมเศรษฐกิจ

นโยบาย “เงินดิจิทัล 10,000 บาท”

วิเคราะห์เชิงเหตุผลโครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท”

โครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” ถูกออกแบบมาเพื่อเร่งการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลและกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในระดับกว้าง โดยมีเป้าหมายแจกจ่ายเงินดิจิทัลให้แก่ประชาชนประมาณ 45 ล้านคน รวมมูลค่ารวมราว 450,000 ล้านบาท⁴⁷ จากการคำนวณผลคูณเศรษฐกิจที่คาดไว้ มาตรการนี้คาดว่าจะช่วยเพิ่ม GDP ของไทยในปี 2025 ประมาณ 1.4% ถึง 1.9% หรือในแนวทางการวิเคราะห์บางแห่งอาจอยู่ในช่วง 1–1.5% ขึ้นอยู่กับผลกระทบจากการใช้จ่ายใน

⁴⁴ McKinsey – The New Rules of Competition in a Digital Age

: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/strategic-principles-for-competing-in-the-digital-age#/>

⁴⁵ <https://www.krungsri.com/en/research/macroeconomic/economic-outlook/eo-2025>

⁴⁶ <https://www.scbeic.com/en/detail/product/gdp-thai-200324>

⁴⁷ <https://www.scbeic.com/th/detail/product/digital-wallet-230424>

ระบบดิจิทัล โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายออนไลน์และการชำระเงินดิจิทัล⁴⁸ นโยบายนี้ไม่เพียงแต่ช่วยกระตุ้นยอดการใช้จ่ายของผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้เกิด “ผลคูณเศรษฐกิจ” ในวงกว้าง ทั้งยังเป็นรากฐานสำคัญในการเปลี่ยนผ่านดิจิทัลในภาคธุรกิจและบริการสาธารณะ⁴⁹

จากงานวิจัยของ SCB EIC และ Krungsri Research รวมถึงรายงาน World Economic Outlook ของ IMF มาตรการดังกล่าวมีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในระดับประเทศอย่างมีนัยสำคัญ โดยการกระตุ้นการใช้จ่ายในภาคธุรกิจค้าปลีก อีคอมเมิร์ซ และภาคบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในระดับสากล⁵⁰ งานวิจัยภายในของ BOI และสถาบันการเงินชั้นนำในประเทศไทยยืนยันว่าโครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” จะช่วยเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในระยะกลางและยาว⁵¹

นโยบายดังกล่าวมีเป้าหมายในการแจกจ่ายเงินดิจิทัลในวงกว้างเพื่อนำไปสู่การใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นและการเร่งการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายออนไลน์และการชำระเงินดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยตัวคูณเศรษฐกิจที่คาดว่าจะได้ในระดับประมาณ 1.5–2.0% นั้น ผลกระทบโดยตรงต่อ GDP ของไทยในปี 2025 จึงสามารถประเมินได้ว่าอาจเพิ่มขึ้นในระดับที่มีนัยสำคัญ⁵²

การวิเคราะห์จากข้อมูลที่มีอยู่แสดงให้เห็นว่ามาตรการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” ไม่เพียงแต่เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในทันทีผ่านการเพิ่มการใช้จ่ายของผู้บริโภค แต่ยังเป็นการปูพื้นฐานสำหรับการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจดิจิทัลในอนาคต ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการพัฒนาและขยายตลาดในหลายภาคส่วน⁵³ ด้วยข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้อย่าง IMF, SCB EIC, Krungsri Research และ BOI แนวทางนี้จึงเป็นรากฐานที่สำคัญสำหรับการวางแผนกลยุทธ์และการบริหารความเสี่ยงของประเทศในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว⁵⁴

การวิเคราะห์ผลกระทบและโอกาสจากโครงการ ‘เงินดิจิทัล 10,000 บาท’

จากข้อมูลล่าสุดจาก Reuters, Prachachat.net และแหล่งข้อมูลภายในของ TU.AC.TH, BOT.OR.TH รวมถึงรายงานวิเคราะห์จากบริษัทหลักทรัพย์ชั้นนำอย่าง SCB Securities และ Kasikorn Securities โครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” ที่รัฐบาลไทยริเริ่มแจกจ่ายเงินดิจิทัลจำนวน 10,000 บาทให้กับประชาชนที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป โดยคาดว่าจะมีผู้ได้รับสิทธิ์ประมาณ 45 ล้านคน ส่งผลให้มูลค่ารวมของเงินดิจิทัลที่แจกจ่ายอยู่ที่ประมาณ 450,000 ล้านบาทถือเป็นการฉีดเงินสดในรูปแบบดิจิทัลเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจโดยตรง⁵⁵

นักวิเคราะห์คาดว่าไม่ใช่ทุกบาทที่ได้รับจะถูกใช้จ่ายในรูปแบบการบริโภคทันที เนื่องจากบางส่วนอาจถูกออมหรือใช้ชำระหนี้ แต่หากสมมุติว่าประมาณ 60% ของมูลค่าที่แจกจ่าย (หรือประมาณ 270,000 ล้านบาท) จะถูกใช้จ่ายในรูปแบบการบริโภค นโยบายนี้จึงมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจไทย⁵⁶

จากข้อมูลในรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (Kasikorn Research) พบว่าในปี 2568 ยอดขายค้าปลีกคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0% โดยมีมูลค่ารวมอยู่ที่ประมาณ 4.25 ล้านล้านบาท เมื่อเทียบกับยอดขายในปี 2567 ที่อยู่ที่ 4.12 ล้านล้านบาท (เติบโต 3.8%) นอกจากนี้ รายงานยังชี้ให้เห็นถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่รัฐบาลใช้ เช่น การลดหย่อน

⁴⁸ <https://www.krungsri.com/th/research/macroeconomic/economic-outlook/eo-2025>

⁴⁹ <https://thaipublica.org/2024/12/scb-eic-sees-thai-economy-existing-in-two-worlds/>

⁵⁰ <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/Thailand-industry-outlook-summary-2025-2027>

⁵¹ <https://thestandard.co/imf-thailand-economic-growth-forecast-2025/>

⁵² https://www.boi.go.th/upload/content/BOI_A_Guide_EN.pdf

⁵³ <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/Thailand-industry-outlook-summary-2025-2027>

⁵⁴ <https://www.scbeic.com/en/detail/file/product/9509/gxps4fqrlrg/Outlook-2Q2024-Full-report-ENG-20240704.pdf>

⁵⁵ <https://www.reuters.com/markets/asia/thailand-start-second-stage-stimulus-programme-january-2024-11-19/>, <https://www.prachachat.net/general/news-1756107>

⁵⁶ <https://www.scbeic.com/th/detail/product/digital-wallet-230424>

ภาษีผ่านระบบ Easy E-Receipt และการแจกเงินเฟส 3 (Digital Wallet) ซึ่งมีผลกระทบต่อภาคค้าปลีกโดยตรงสำหรับเรื่อง “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” ในรายงานมีการอ้างถึงว่าหากประชาชนได้รับเงินดิจิทัลในจำนวน 10,000 บาท (Digital Wallet) ส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้จ่ายซื้อสินค้าในภาคค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภคเนื่องจากสินค้าในกลุ่มนี้เป็นสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม และของใช้ในครัวเรือน จากการวิเคราะห์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าประชาชนอาจใช้จ่ายในภาคนี้ได้ราว 40–50% ของเงินบริโภคทั้งหมด ซึ่งเทียบได้กับมูลค่าประมาณ 108,000–135,000 ล้านบาท ผลกระทบนี้คาดว่าจะทำให้ยอดขายค้าปลีกเติบโตเพิ่มขึ้นในระดับ 7–9% เมื่อเทียบกับยอดขายในปัจจุบันที่อยู่ในระดับหลายล้านล้านบาทต่อปี⁵⁷

จากข้อมูลในรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า นโยบายแจกเงินดิจิทัล 10,000 บาทมีผลกระทบเชิงบวกต่อการหมุนเวียนเงินโดยประมาณ 10–15% ของเงินที่แจก (ประมาณ 45,000–67,500 ล้านบาท) จะถูกนำไปใช้ชำระหนี้และออมเงินของครัวเรือน การชำระหนี้จะช่วยลดภาระหนี้สินและปรับปรุงคุณภาพเครดิต⁵⁸ ซึ่งส่งผลให้สถาบันการเงินได้รับประโยชน์จากการลดความเสี่ยงของสินเชื่อและเพิ่มสภาพคล่องในระบบเมื่อระบบการเงินมีความมั่นคงและมีสภาพคล่องที่ดีขึ้น ธนาคารก็จะสามารถให้สินเชื่อได้อย่างปลอดภัยและเป็นฐานที่ดีในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต

กลุ่มถัดไปคือภาคการเกษตรและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พบว่ามีงานวิจัยและรายงานหลายฉบับที่กล่าวถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการจับจ่ายใช้สอยในภาคการเกษตรและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นซึ่งส่งผลให้เกษตรกรและผู้ผลิตในพื้นที่ได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้นในระดับประมาณ 15–20% ของเงินบริโภคที่ใช้จ่ายในภาคนี้ โดยประมาณการมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 40,500–54,000 ล้านบาท⁵⁹ แหล่งข้อมูลที่ใกล้เคียงสามารถดูได้จากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยเศรษฐกิจที่มีการวิเคราะห์แนวโน้มการบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคในภาคท้องถิ่น โดยเฉพาะในบริบทของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในชุมชนท้องถิ่นจะช่วยกระจายรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ผลิตในพื้นที่ พร้อมทั้งเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่น

ภาคการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากการกระตุ้นให้ประชาชนใช้จ่ายด้านที่พัก การท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องอยู่ในระดับประมาณ 10–15% ของเงินบริโภคที่ถูกใช้จ่าย หรือคิดเป็นมูลค่ารวมประมาณ 27,000–40,500 ล้านบาทนั้น สอดคล้องกับแนวโน้มที่ปรากฏในรายงานและงานวิจัยจากหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น รายงาน Business Outlook ของธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT) ซึ่งได้รวบรวมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการในภาคการค้าและบริการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงรายงานจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยที่ได้ประเมินผลกระทบของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (Digital Wallet) ต่อภาคการบริโภคและการกระจายรายได้ในประเทศ

โดยจากการวิเคราะห์นั้น แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของยอดใช้จ่ายในภาคการท่องเที่ยวและบริการจะช่วยกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ท้องถิ่นและเกษตรกรผ่านการจับจ่ายใช้สอยในแหล่งที่พัก ร้านอาหาร และบริการที่เกี่ยวข้องซึ่งมีศักยภาพในการฟื้นฟูและกระตุ้นการเติบโตในระยะยาว⁶⁰

ต่อมาในภาคการขนส่งและโลจิสติกส์ คาดว่าจะได้รับผลดีจากการเพิ่มขึ้นของการซื้อสินค้าและการเดินทาง ซึ่งจะส่งผลให้มีความต้องการการขนส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้น โดยประมาณการว่าภาคนี้อาจได้รับผลกระทบในระดับ 5–10% ของเงินบริโภคที่ถูกใช้จ่าย หรือประมาณ 13,500–27,000 ล้านบาท ทั้งในด้านการขนส่งสินค้าและการเดินทางของผู้บริโภค⁶¹

สุดท้าย ภาคเทคโนโลยีและการสื่อสาร รวมถึง Fintech และระบบการชำระเงินดิจิทัล คาดว่าจะได้รับผลประโยชน์จากการที่ประชาชนเริ่มใช้งานดิจิทัลวอลเล็ตและแอปพลิเคชันการเงินมากขึ้น โดยคาดว่าภาคนี้อาจได้รับผลกระทบในระดับประมาณ 5% ของเงินบริโภคที่ถูกใช้จ่าย หรือประมาณ 13,500–15,000 ล้านบาท นอกจากนี้ การลงทุนในระบบ

⁵⁷ <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/RETAIL-2025-CIS3561-FB-2025-02-20.aspx>

⁵⁸ <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2024oct14.html> / <https://policywatch.thaipbs.or.th/article/economy-142>

⁵⁹ <https://nida.ac.th/digital-money-of-10000-baht-and-the-sustainability-of-thai-economic-growth/> / <https://policywatch.thaipbs.or.th/article/economy-142>

⁶⁰ <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/thai-economy/econ-publication/business-liaison-program/BLP-TH-2567-Q4.pdf>

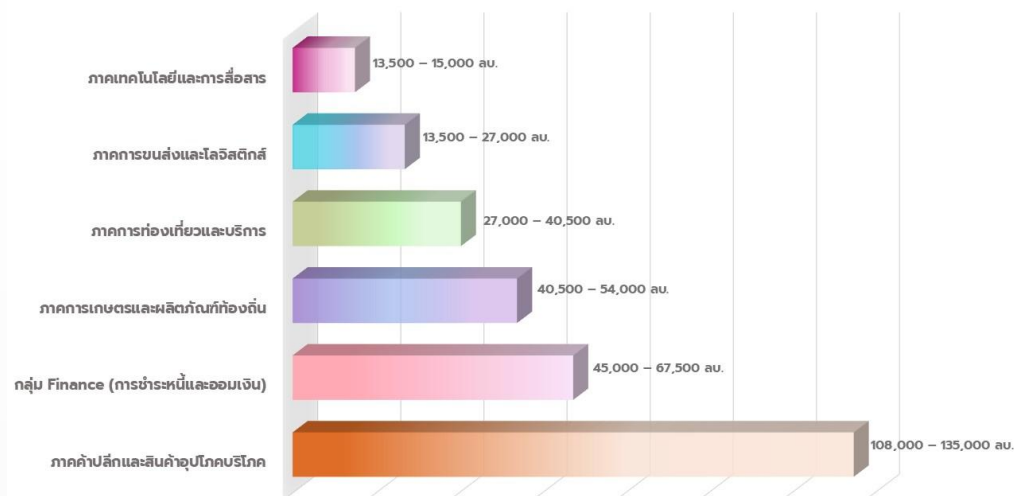
⁶¹ <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/thai-economy/econ-publication/business-liaison-program/BLP-TH-2567-Q4.pdf>

เทคโนโลยีที่รองรับการชำระเงินดิจิทัลยังสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอีกในระดับประมาณ 10,000–15,000 ล้านบาท⁶² จากการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและการขยายตลาดกรายงาน Business Outlook ของธนาคารแห่งประเทศไทย (BOT) และงานวิจัยจากศูนย์วิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Fintech และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ซึ่งได้ให้แนวคิดและตัวเลขประมาณการในระดับที่กล่าวมาข้างต้น

อีกประเด็นหนึ่งที่นักวิเคราะห์ ให้ความสำคัญคือความเป็นไปได้ที่เงินประมาณ 2–5% ของยอดแจกจ่ายทั้งหมด (หรือประมาณ 9,000–22,500 ล้านบาท) อาจถูกใช้งานในช่องทางที่ไม่สามารถตรวจสอบได้อย่างโปร่งใส⁶³ เช่น การทำธุรกรรมผ่านเครือข่าย P2P ที่ไม่ได้ถูกบันทึกไว้ในระบบกลาง หรือการนำเงินไปใช้ในกิจกรรมที่ไม่สามารถชี้วัดได้อย่างเป็นทางการ เช่น การซื้อขายพระเครื่องหรือการเล่นการพนันในตลาดมืด แม้ว่าจะระบบตรวจสอบและควบคุมของรัฐบาลจะเข้มงวด แต่การหลุดออกไปในลักษณะนี้ยังคงเป็นประเด็นที่ต้องเฝ้าระวังและติดตามอย่างใกล้ชิด

โดยสรุป โครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” ส่งผลให้มีการฉีดเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจในรูปแบบดิจิทัลรวม 450,000 ล้านบาท จากยอดเงินดังกล่าว หากคาดว่า 60% หรือประมาณ 270,000 ล้านบาทจะถูกใช้จ่ายในรูปแบบการบริโภค ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ มีการแบ่งตัวโดยเรียงลำดับจากสูงสุดไปน้อยสุดดังนี้ :

- ภาคค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภค : 108,000–135,000 ล้านบาท
- กลุ่ม Finance (การชำระหนี้และออมเงิน) : 45,000–67,500 ล้านบาท
- ภาคการเกษตรและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น : 40,500–54,000 ล้านบาท
- ภาคการท่องเที่ยวและบริการ : 27,000–40,500 ล้านบาท
- ภาคการขนส่งและโลจิสติกส์ : 13,500–27,000 ล้านบาท
- ภาคเทคโนโลยีและการสื่อสาร : 13,500–15,000 ล้านบาท



ตารางการเปรียบเทียบ การใช้จ่ายบริโภคกับอุตสาหกรรมต่างๆ โครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท”

ที่มา : Reuters, Prachachat.net ,TU.AC.TH, BOT.OR.TH,SCB Securities และ Kasikorn Securities

ข้อมูลเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า โครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” มีศักยภาพในการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยอย่างกว้างขวาง โดยภาคค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภคจะได้รับประโยชน์มากที่สุด ขณะที่กลุ่ม Finance ก็มีบทบาทสำคัญในการลดภาระหนี้สินและเพิ่มปริมาณเงินฝากในระบบธนาคาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงและ

⁶² https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_4956_trends.pdf

⁶³ <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/2835343/digital-wallet-scheme-poses-credit-risk>

คุณภาพสินเชื่อในระบบการเงินไทย ทั้งนี้ การติดตามและประเมินผลการแจกจ่ายและการใช้งานของเงินดิจิทัลอย่างใกล้ชิดจึงมีความสำคัญเพื่อให้มั่นใจว่าการกระตุ้นเศรษฐกิจจะส่งผลดีในระยะยาวโดยไม่เกิดผลเสียจากการใช้งานที่ไม่โปร่งใส

รายงานการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับบริษัทฯ สำหรับโครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท”

จากรายงานการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบที่โครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯรวมถึงการประเมินอานิสงค์ทางเศรษฐกิจจากมุมมองของงานวิเคราะห์งบการเงินและการศึกษาตลาดในภาคบริการด้านการตลาดและโลจิสติกส์ในประเทศไทย

ในภาคบริการการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Field Marketing) การตลาดดิจิทัล การผลิตสื่อโฆษณา บริการส่งเสริมการขาย และบริการด้านโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการบรรจุและจัดส่งสินค้า ตลอดจนการจัดหาพนักงาน แนนนำสินค้าและการจัดเรียงสินค้า ธุรกิจเหล่านี้มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับภาคค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภคที่คาดว่าจะได้รับแรงผลักดันจากการเพิ่มขึ้นของการใช้จ่ายในภาคผู้บริโภคจากโครงการนี้

เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทฯจากโครงการนี้ จำเป็นต้องพิจารณาจากสมมุติฐานทางเศรษฐกิจและการกระจายตัวของยอดใช้จ่ายในตลาดที่เกี่ยวข้อง สมมุติฐานหนึ่งคือ หากเงิน 270,000 ล้านบาทที่ถูกใช้จ่ายเพิ่มขึ้นนั้นส่งผลให้บริษัทที่ดำเนินธุรกิจส่งเสริมการตลาดได้รับการเพิ่มขึ้นของงบประมาณทางการตลาดโดยตรง⁶⁴ บริษัทต่างๆ ในภาคค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภคอาจปรับงบการตลาดเพิ่มขึ้นประมาณ 3-5%⁶⁵ จากฐานการใช้จ่ายปกติในตลาดส่งเสริมการขาย ซึ่งในตลาดไทยที่มีขนาดรวมของงบการตลาดในภาคนี้อยู่ในระดับหลายพันล้านบาท ผลกระทบเชิงบวกนี้จะมีโอกาสนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการจ้างบริการจากผู้ให้บริการด้านการตลาด

หากสมมุติว่าตลาดส่งเสริมการขายและกิจการการตลาดในประเทศไทยมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 50,000 ล้านบาท ต่อปีการเพิ่มขึ้นของงบการตลาดในระดับ 3-5% จะหมายความว่าในภาพรวมอาจมีการเพิ่มงบประมาณประมาณ 1,500–2,500 ล้านบาท จากงบประมาณเพิ่มเติมนี้⁶⁶ บริษัทฯ ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มบริการด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและดิจิทัล อาจได้รับประโยชน์โดยตรงในระดับสัดส่วนที่อยู่ระหว่าง 10-20% ของการเพิ่มขึ้นนั้น หากนำตัวเลขสมมุติฐานนี้มาคำนวณ บริษัทฯ อาจรับอานิสงค์เพิ่มเติมอยู่ที่ประมาณ 150–500 ล้านบาทต่อปีจากโครงการนี้

นอกจากผลกระทบทางตรงในกลุ่มบริการด้านกิจกรรมและดิจิทัลแล้วโครงการนี้ยังมีผลในเชิงอ้อมต่อระบบเศรษฐกิจ โดยกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในภาคค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภคซึ่งเป็นตลาดหลักที่ส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในการขยายตัวของบริการด้านโลจิสติกส์และการจัดส่งสินค้า ซึ่งบริษัทฯมีความเชี่ยวชาญในด้านนี้ หากตลาดโลจิสติกส์ได้รับการกระตุ้นให้ขยายตัวขึ้น สมมุติฐานว่ามูลค่าในภาคนี้อาจเติบโตขึ้นเพิ่มเติมในระดับ 5-10%⁶⁷ ผลกระทบในรูปแบบของรายได้ที่เพิ่มขึ้นอาจอยู่ในระดับร้อยละที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ตลาดค้าปลีกและอีคอมเมิร์ซมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

อีกประเด็นหนึ่งที่มีความน่าสนใจคือผลกระทบในกลุ่ม Finance ซึ่งเกี่ยวข้องกับการชำระหนี้และการออมเงินของครัวเรือน ตามที่นักวิเคราะห์คาดว่า ประมาณ 10–15% ของยอดเงินที่แจกจ่ายทั้งหมด (หรือประมาณ 45,000–67,500 ล้านบาท) อาจถูกนำไปใช้ในการชำระหนี้และออมเงิน⁶⁸แม้ว่ากลุ่มนี้จะไม่ใช่รายได้หลักของทางบริษัทฯแต่การมีผลกระทบในรูปแบบนี้สามารถส่งผลให้เกิดความมั่นคงในระบบการเงินโดยรวม ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดสภาวะการลงทุนที่ดีขึ้นและเพิ่มโอกาสในการรับบริการด้านการตลาดในอนาคตจากบริษัทฯที่มีฐานลูกค้าทางการเงินที่แข็งแกร่ง

จากการวิเคราะห์ทั้งในด้านทางตรงและทางอ้อมผลกระทบจากโครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” คาดว่า จะส่งผลให้บริษัทฯมีการเพิ่มขึ้นของรายได้ในระดับที่สามารถประเมินได้ในช่วงประมาณ 150–500 ล้านบาทต่อปี ในฐานะอา

⁶⁴ <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/thailands-flagship-14-bln-handout-scheme-suffers-early-snags-millions-rush-2024-08-01/>

⁶⁵ <https://www.ft.com/content/9194ca11-7788-4a1d-a6cc-cffea18d0c9d>

⁶⁶ <https://prt.parliament.go.th/server/api/core/bitstreams/50533fd7-4277-49a2-af66-63058cbe3332/content>

⁶⁷ <https://thaipublica.org/2023/10/nida-sustainable-move54/>

⁶⁸ https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/our-roles/monetary-policy/mpc-publication/monetary-policy-report/mpc-box/MPR_2566_Q4_BOX3.pdf

นิสงค์เพิ่มเติม โดยตัวเลขนี้เป็นประมาณการจากการเพิ่มงบประมาณทางการตลาดที่เกิดขึ้นจากการกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในตลาดหลักที่บริษัทฯ ให้บริการอยู่ นอกจากนี้ โอกาสในการขยายตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในภาคโลจิสติกส์และบริการส่งเสริมการตลาดจะช่วยส่งเสริมรายได้โดยรวมของบริษัทฯ ในระยะยาว⁶⁹

การวิเคราะห์นี้อิงจากข้อมูลจากงบการเงินของบริษัทฯ ในปี 2567 โดยการคำนวณ Market Share ของแต่ละธุรกิจในประเทศโดยนำรายได้จากแต่ละส่วนหารด้วยรายได้รวมของบริษัทฯ แล้วคูณด้วย 100 ทำให้เห็นภาพรวมที่ชัดเจนว่าในปี 2567 ธุรกิจที่มีส่วนแบ่งสูงสุดคือการจัดเรียงสินค้ามีสัดส่วนประมาณ 39.08% ตามมาด้วยบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัลที่คิดเป็น 23.28% และ บริการพนักงานแนะนำสินค้า 24.76% ตามลำดับ ส่วนธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้ามีสัดส่วนประมาณ 10.87% ข้อมูลเหล่านี้บ่งบอกว่าบริษัทฯ มีการกระจายรายได้ที่แข็งแกร่งและครอบคลุมทุกส่วนของตลาดในอุตสาหกรรมการตลาดในประเทศไทย

ในภาพรวม นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียในตลาดหลักทรัพย์สามารถเห็นได้ชัดว่าโครงการ “เงินดิจิทัล 10,000 บาท” นอกจากจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงในฐานะการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคแล้ว ยังมีศักยภาพในการเพิ่มงบประมาณทางการตลาดในภาคบริการที่ทางบริษัทฯ ให้บริการอยู่ ซึ่งจะเป็นฐานในการขับเคลื่อนรายได้เพิ่มเติมให้กับบริษัทฯ ในระยะยาว ด้วยการคำนวณ Market Share และการวิเคราะห์แนวโน้มที่นำเสนอ รายงานนี้จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการประเมินความน่าจะเป็นและผลประโยชน์ที่บริษัทฯ จะได้รับจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจดังกล่าว⁷⁰

ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและการเงิน

ในยุคที่ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและสภาวะการเงินมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและการเงินส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและบริการที่บริษัทฯ ดำเนินการอยู่โดยเฉพาอย่างยิ่งในสภาวะโลกที่เผชิญกับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน เงินเฟ้อที่สูงขึ้น และความไม่แน่นอนทางการเงินในตลาดโลก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและงานวิจัยล่าสุด พบว่าแนวโน้มเศรษฐกิจโลกในมีความผันผวนที่สูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของต้นทุนวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่มีความผันผวนตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนและอัตราเงินเฟ้อ งานวิจัยจาก International Monetary Fund (IMF) ในรายงาน Global Financial Stability Report ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงทางการเงินและความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ มีผลกระทบต่อความสามารถในการลงทุนและการขยายธุรกิจขององค์กรทั่วโลก โดยเฉพาะในสภาวะที่มีความไม่แน่นอนของตลาดการเงิน⁷¹ ในบริบทของปี 2025 ที่มีแนวโน้มเติบโตของเศรษฐกิจโลกอยู่ที่ประมาณ 3.3% ตามที่ IMF คาดการณ์ไว้ แต่ยังคงมีความเสี่ยงจากความผันผวนทางการเงินและความไม่แน่นอนในนโยบายเศรษฐกิจสูง ส่งผลให้ผู้บริหารธุรกิจต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างรวดเร็วและยืดหยุ่น เพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนดังกล่าว ซึ่งรวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อคาดการณ์แนวโน้มตลาด และการกระจายความเสี่ยงในการลงทุน⁷²

บริษัทฯ ซึ่งดำเนินธุรกิจบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและบริการ ความเสี่ยงด้านการแข่งขันได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกในด้านเศรษฐกิจและการเงินอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนวัตถุดิบและค่าใช้จ่ายดำเนินงานที่ผันผวนตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนและอัตราเงินเฟ้อ ส่งผลให้บริษัทต้องเผชิญกับความท้าทายในการวางแผนงบประมาณและการจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ในสภาวะที่ตลาดการเงินมีความไม่แน่นอนและมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว บริษัทฯ จำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ทันที

งานวิจัยและรายงานของ IMF ชี้ให้เห็นว่าการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจในยุคที่มีความผันผวนสูงนี้จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในการตรวจจับสัญญาณเตือนล่วงหน้า เพื่อให้สามารถคาดการณ์และวางแผนรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับ

⁶⁹ <https://nida.ac.th/digital-money-of-10000-baht-and-the-sustainability-of-thai-economic-growth/>

⁷⁰ <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/2835343/digital-wallet-scheme-poses-credit-risk>

⁷¹ Global Financial Stability Report : <https://www.imf.org/en/Publications/GFSR>

⁷² IMF World Economic Outlook Update, January 2025 : <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2025/01/17/world-economic-outlook-update-january-2025>

บริษัทฯ ที่ต้องแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงและเผชิญกับความท้าทายจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้โดยตรง

การเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มตลาดที่ถูกกระทบจากปัจจัยภายนอกเหล่านี้หมายถึง บริษัทฯ จำเป็นต้องปรับตัวและมีการวางกลยุทธ์ที่สามารถรับมือกับความผันผวน เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการวิเคราะห์ข้อมูล การกระจายความเสี่ยงทางการเงิน และการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในระดับนานาชาติ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

อุตสาหกรรมร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่รวมถึงร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า และ Modern Grocery ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ COVID-19 อย่างหนักในช่วงเวลาที่ผ่านมา แต่หลังจากการคลี่คลายของสถานการณ์ มีปัจจัยภายในประเทศหลายประการที่ส่งผลให้ตลาดนี้ฟื้นตัวขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจจากรัฐ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการ Modern Trade มากขึ้น งานวิจัยภายในประเทศจาก SCB EIC ระบุว่าอัตราการเติบโตของ Modern Trade อยู่ที่ประมาณ 3.4% ในปี 2024 และคาดการณ์ลดลงเล็กน้อยเหลือ 3% ในปี 2025⁷³ ซึ่งสะท้อนถึงความคงเส้นคงวาของตลาดในช่วงฟื้นตัวหลังวิกฤตฯ โดยการฟื้นตัวนี้ถูกขับเคลื่อนด้วยแนวทางการปรับตัวของธุรกิจในด้านดิจิทัล การเพิ่มช่องทางออนไลน์และการผสานการบริการแบบ Omnichannel ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

ในระดับสากล แนวโน้มธุรกิจ Modern Trade มีความแตกต่างกันไปตามภูมิภาค โดยในตลาดที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและลึกซึ้ง ผู้ค้าปลีกชั้นนำต่างได้นำเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น AI, Big Data Analytics และระบบอัตโนมัติเข้ามาประยุกต์ใช้ในกระบวนการคาดการณ์และบริหารสินค้าคงคลัง ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการดำเนินงาน งานวิจัยจาก McKinsey ระบุว่า การนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงกระบวนการทำงานใน Modern Trade สามารถลดต้นทุนได้ถึง 15-20%⁷⁴ ในขณะที่อัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ของ Modern Trade ในตลาดที่พัฒนาแล้วอยู่ที่ช่วง 3-5% ต่อปี⁷⁵

สำหรับตลาดเกิดใหม่ในเอเชียและละตินอเมริกา ปัจจัยพื้นฐานอย่างการเติบโตของเมืองใหญ่และการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางส่งผลให้ Modern Trade เติบโตในอัตราที่สูงขึ้น โดยบางภูมิภาคมีอัตราการเติบโตอยู่ในช่วง 5-8% ต่อปี⁷⁶ การขยายตัวในภูมิภาคเหล่านี้ยังได้รับการสนับสนุนจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัลที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและการให้บริการที่ทันสมัย

อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ไร้รอยต่อและตอบสนองต่อความต้องการของยุคดิจิทัล ซึ่งทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ผู้บริโภคได้หันมาใช้ช่องทางออนไลน์เข้ามาช่วยสนับสนุนการซื้อขายใน Modern Trade มากขึ้น ทำให้ธุรกิจ在这一จำเป็นต้องพัฒนาและผสานกลยุทธ์แบบ Omnichannel เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างต่อเนื่อง

จากการเปรียบเทียบแนวโน้มในประเทศไทยกับระดับสากล จะเห็นว่าหากในตลาดไทยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ประมาณ 3-3.4%⁷⁷ หลังจากการฟื้นตัวจาก COVID-19 แนวโน้มในตลาดต่างประเทศในกลุ่มที่พัฒนาแล้ว จะอยู่ใน

⁷³ <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>

⁷⁴ <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/getting-digital-transformation-right-in-resource-heavy-industries>

⁷⁵ <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/modern-trade-retail-market>

⁷⁶ <https://americasmi.com/insights/retail-media-latin-america/>

⁷⁷ <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>

ระดับคล้าย ๆ กัน แต่ตลาดในภูมิภาคเกิดใหม่อาจมีการเติบโตที่สูงกว่าเนื่องจากแรงขับเคลื่อนจากการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางและการลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้มข้น

ข้อมูลเหล่านี้เป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับงานวิจัย เนื่องจากแสดงให้เห็นภาพรวมและทิศทางการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ Modern Trade ทั้งในระดับในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับตัวทางเทคโนโลยีและการนำเสนอบริการแบบ Omnichannel ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

แนวโน้มตลาดค้าปลีกไทยปี Modern Trade กับ Traditional Trade ภายใต้ความท้าทายและโอกาส

ในปี 2568 ตลาดค้าปลีกในไทยยังคงแบ่งออกเป็น Modern Trade และ Traditional Trade โดยทั้งสองส่วนมีจุดแข็งและความท้าทายเฉพาะตัวที่ส่งผลต่อการเติบโตโดยรวมของอุตสาหกรรม

Modern Trade

สำหรับ Modern Trade ซึ่งรวมถึงร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ใช้ระบบจัดการทันสมัยและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพ ผู้วิเคราะห์ของ SCB EIC รวมถึงรายงานจาก Euromonitor คาดว่ามูลค่าตลาด Modern Trade จะอยู่ที่ประมาณ 2.58 ล้านล้านบาทในปี 2025 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณ 3% YOY (ลดลงเล็กน้อยจาก 3.4% ในปี 2024)⁷⁸

ปัจจัยหลักที่สนับสนุนคือ

1. การฟื้นตัวของการบริโภคและภาคท่องเที่ยวที่กลับมาขยายตัวอีกครั้งหลังจากสถานการณ์ COVID-19
2. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐที่ช่วยเพิ่มกำลังซื้อของผู้บริโภค
3. การปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงประสบการณ์การซื้อผ่านระบบ Omnichannel ที่รวมทั้งช่องทางออนไลน์และหน้าร้านเข้าด้วยกัน
4. การปรับตัวตามแนวโน้ม ESG ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างความยั่งยืนในการดำเนินงานและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ กลุ่ม Modern grocery โดยเฉพาะร้านค้าขนาดใหญ่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้ามีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีสัดส่วนของ Modern grocery ครองตลาด Grocery ถึงประมาณ 72% จากที่เคยอยู่ที่ 64% ก่อนสถานการณ์โควิด⁷⁹

Traditional Trade

ในขณะที่ Traditional Trade ยังคงเป็นช่องทางหลักในพื้นที่ชนบทและสำหรับผู้บริโภคที่คุ้นเคยกับการซื้อสินค้าด้วยวิธีดั้งเดิม Traditional Trade มีความแข็งแกร่งในเรื่องราคาที่จับต้องได้และความสัมพันธ์ในท้องถิ่น โดยถ้าสมมติว่ามูลค่าตลาดค้าปลีกโดยรวมในปี 2025 อยู่ที่ประมาณ 5 ล้านล้านบาท Modern Trade คาดครองตลาดประมาณ 45% (2.58 ล้านล้านบาท) ทำให้ Traditional Trade มีสัดส่วนที่เหลืออยู่ประมาณ 55% หรือราว 2.75 ล้านล้านบาท

⁷⁸ <https://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?id=S0R5R1JmNOQ3blU9&ref=A>

⁷⁹ <https://www.settrade.com/th/news-and-articles/articles/474-scb-eic-modern-trade-service>

ทั้งนี้คาดว่าจะเติบโตในระดับอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ประมาณ 1–2% ต่อปี (โดยเฉลี่ย 1.5% ต่อปี) ในช่วงปี 2025 ถึง 2030⁸⁰ ทำให้มูลค่าตลาดนี้คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 2.96 ล้านล้านบาทในปี 2030 แม้ว่าการเติบโตจะช้าเมื่อเทียบกับ Modern Trade ที่มีอัตราการเติบโตประมาณ 3% ต่อปี แต่ความมั่นคงในด้านต้นทุนและความสัมพันธ์ในชุมชนเป็นจุดแข็งที่ Traditional Trade มีอยู่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและการแข่งขันจากช่องทางดิจิทัลที่เข้ามาทดแทน แต่ Traditional Trade ยังคงเป็นช่องทางสำคัญในพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและความเป็นท้องถิ่น ซึ่งให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นมิตรและการต่อรองราคาในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างเข้มข้น

อย่างไรก็ตาม Traditional Trade ยังเผชิญกับความเสี่ยงและแรงกดดันหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการแข่งขันที่เข้มข้นของ Modern Trade และ E-commerce ที่เติบโตอย่างรวดเร็วใน สำหรับตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งจะไม่มีการเติบโตหรือมีโอกาสเข้าสู่ภาวะถดถอยอยู่ในระดับ -1% ถึง -2% ต่อปีในเขตเมือง⁸¹ ผู้บริโภคใหม่ที่ชื่นชอบความสะดวกสบายและการเปรียบเทียบราคาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล อาจเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อให้ลดลงใน Traditional Trade นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้าและกำลังซื้อที่ยังคงเปราะบางจากหนี้ครัวเรือนและค่าครองชีพที่สูงอาจเป็นปัจจัยที่กดดันให้ Traditional Trade เติบโตได้ช้าลง แม้ในพื้นที่ที่ยังคงมีความเข้มแข็งในวัฒนธรรมการบริโภค

สภาพแวดล้อมที่ส่งผลให้ทั้ง Modern Trade และ Traditional Trade ยังต้องเผชิญกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ การเติบโต เช่น

- กำลังซื้อที่เปราะบางจากภาวะหนี้ครัวเรือนที่สูงและค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง
- การแข่งขันจากช่องทางออนไลน์และผู้เล่นใหม่จากต่างประเทศ (เช่น Temu, Shein) ที่มีจุดขายด้านราคาถูกและความหลากหลายของสินค้า⁸²
- ปัจจัย ESG ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในด้านการบริหารจัดการและการเลือกซื้อสินค้า โดยผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีความยั่งยืน แต่ในขณะเดียวกันราคาที่สูงและตัวเลือกที่จำกัดยังเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของกลุ่มนี้⁸³

สรุปภาพรวม

โดยสรุป ตลาด Modern Trade คาดว่าจะเติบโตด้วยมูลค่าประมาณ 2.58 ล้านล้านบาทในปี 2025 ขณะที่ Traditional Trade คงมีมูลค่าประมาณ 2.75 ล้านล้านบาท หากมูลค่ารวมของตลาดค้าปลีกอยู่ที่ประมาณ 5 ล้านล้านบาท⁸⁴ แนวโน้มนี้สะท้อนให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการของ Modern Trade กำลังดึงดูดส่วนแบ่งตลาดให้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่ Traditional Trade ยังคงรักษาความแข็งแกร่งในตลาดที่เน้นความเป็นท้องถิ่นและราคาที่จับต้องได้

ผลการวิเคราะห์

• อัตราการเติบโตระยะสั้น (2024–2025) :

ตลาด Modern Trade ในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะฟื้นตัวจากผลกระทบของ COVID-19 โดยที่ผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิม เช่น ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า และ Modern Grocery ได้เริ่มเห็นการกลับมาของยอดขายการช้อปปิ้งจริง เนื่องจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐและการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่ส่งผลให้ผู้บริโภคกลับมามีความมั่นใจในการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นงานวิเคราะห์จาก SCB EIC ระบุว่าในปี

⁸⁰ <https://moneyandbanking.co.th/2024/133361/>

⁸¹ https://www.researchgate.net/publication/319981711_Retailing_in_emerging_markets_Trends_prospects_and_challenges

⁸² <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/black-friday-online-marketing-costs-jump-bidding-war-with-temu-shein-2024-11-27/>

⁸³ <https://cse-net.org/the-future-of-corporate-sustainability-7-key-esg-trends-to-watch-in-2025-and-beyond/>

⁸⁴ <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>

2024 ตลาด Modern Trade คาดว่าจะเติบโตอยู่ที่ประมาณ 3.4% ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับตัวของธุรกิจในด้านดิจิทัลและการเปิดช่องทางการขายแบบ Omnichannel ที่ช่วยลดช่องว่างระหว่างการช้อปปิ้งออนไลน์และออฟไลน์ อย่างไรก็ตาม ในปี 2025 คาดว่าอัตราการเติบโตจะลดลงเล็กน้อยเหลือประมาณ 3%⁸⁵ เนื่องจากแรงกดดันจากภาวะหนี้ครัวเรือนที่อาจจำกัดการใช้จ่ายและการแข่งขันที่รุนแรงจากช่องทางออนไลน์ที่มีความสะดวกสบายกว่า

ปัจจัยภายในที่สนับสนุนการฟื้นตัวในช่วงนี้ ได้แก่

- การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ
 - การปรับตัวของผู้ค้าปลีกผ่านการทำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้
 - การเปิดตัวระบบ Omnichannel ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกช่องทางการช้อปปิ้งได้หลากหลาย
- ข้อมูลจากรายงานของ SCB EIC ได้ให้ตัวเลขอ้างอิงที่ชัดเจนเกี่ยวกับการเติบโตในระดับนี้ในตลาดภายในประเทศ
- **แนวโน้มระยะกลางถึงระยะยาว (2025–2030) :**
 คาดว่าจะมีการเปลี่ยนผ่านที่มุ่งเน้นการบูรณาการเทคโนโลยีและการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ตามแนวโน้ม ESG (Environmental, Social, and Governance) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในยุคดิจิทัลจากการวิเคราะห์ของ Krungsri พบว่าการนำระบบ Omnichannel มาใช้เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถรวมช่องทางการขายออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งนี้จะช่วยเพิ่มการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ลดต้นทุนการดำเนินงานและเพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภค
- นอกจากนี้ การปรับกลยุทธ์ตามแนวโน้ม ESG ช่วยตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจเรื่องความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการบูรณาการเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยและการปรับปรุงประสบการณ์การช้อปปิ้งให้ไร้รอยต่อ ทำให้ตลาด Modern Trade ในระดับสากล โดยเฉพาะในตลาดที่พัฒนาแล้วมีแนวโน้มเติบโตในระดับ CAGR (Compound Annual Growth Rate) อยู่ในช่วง 3-5% ต่อปี ในขณะที่ตลาดในภูมิภาคเกิดใหม่ เช่น เอเชียและละตินอเมริกามีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอยู่ในช่วง 5-8% ต่อปี⁸⁶ เนื่องจากแรงขับเคลื่อนจากการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางและการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสำหรับประเทศไทย แนวโน้มระยะกลางถึงระยะยาวของ Modern Trade คาดว่าจะอยู่ในช่วงการเติบโตเฉลี่ยต่อปีประมาณ 3-4%⁸⁷ ซึ่งสะท้อนถึงการฟื้นตัวที่มั่นคงและการปรับตัวเข้ากับยุคดิจิทัลที่ท้าทายและมีการแข่งขันสูง

ปัจจัยที่สนับสนุนการเติบโตของ Modern Trade ทั้งในไทยและต่างประเทศมีดังนี้

- การฟื้นตัวของเศรษฐกิจ: การฟื้นตัวหลัง COVID-19 และการกลับมาของนักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ
- นโยบายภาครัฐ: มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำและการส่งเสริมการลดต้นทุนครัวเรือน
- การบูรณาการเทคโนโลยี: การนำระบบ Omnichannel, การใช้เทคโนโลยีข้อมูล (Big Data, AI) และการตอบสนองต่อแนวโน้ม ESG ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ
- การแข่งขันจาก e-commerce: แม้ว่าช่องทางออนไลน์จะมีการแข่งขันสูง แต่การผสมรวมเข้ากับช่องทางหน้าร้าน (brick-and-mortar) ช่วยให้ Modern Trade ยังคงมีบทบาทสำคัญ⁸⁸

⁸⁵ <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>

⁸⁶ <https://americasmi.com/insights/retail- h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>

⁸⁶ <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business media-latin-america/>

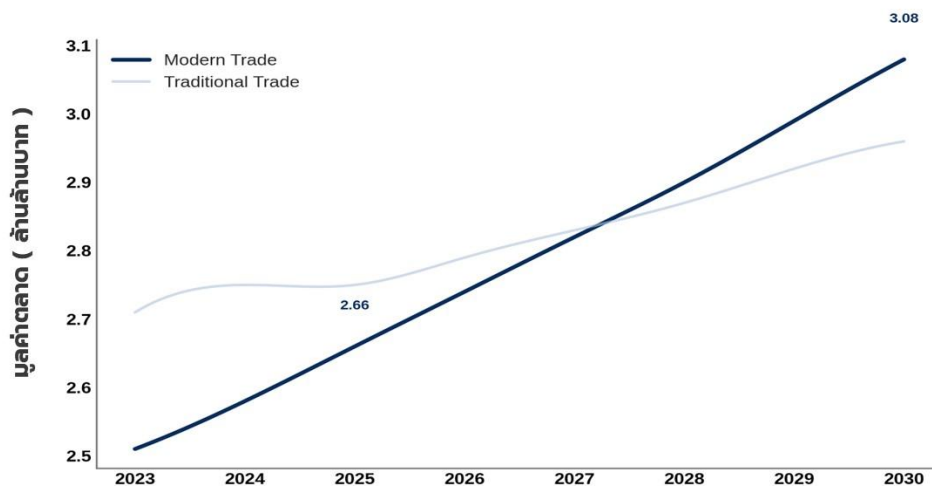
⁸⁷ <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026>

⁸⁸ <https://www2.deloitte.com/th/en/pages/about-deloitte/articles/2025-thailand-economic-outlook.html>

ปัจจัยที่สนับสนุนการเติบโตของ Traditional Trade ทั้งในไทยและต่างประเทศมีดังนี้

- วัฒนธรรมและความสัมพันธ์ในชุมชน: ผู้บริโภคในพื้นที่ชนบทและชุมชนมีความคุ้นเคยและไว้วางใจในร้านค้าท้องถิ่น ทำให้ Traditional Trade ยังสามารถรักษาฐานลูกค้าที่มั่นคงไว้ได้
- ต้นทุนการดำเนินงานต่ำ: โครงสร้างต้นทุนของ Traditional Trade มีความต่ำกว่า Modern Trade เนื่องจากไม่ต้องลงทุนในระบบเทคโนโลยีขั้นสูง ส่งผลให้สามารถเสนอราคาที่แข่งขันได้ในตลาดที่มีผู้บริโภคมีงบประมาณจำกัด
- การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ: นโยบายส่งเสริมการบริโภคในพื้นที่ท้องถิ่นและการพัฒนาชุมชนช่วยสนับสนุน Traditional Trade ในการเพิ่มกำลังซื้อของผู้บริโภคในเขตชุมชน
- ประสบการณ์การซื้อที่จับต้องได้: Traditional Trade ให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์การซื้อที่เป็นส่วนตัวและสามารถสัมผัสสินค้าได้จริง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคบางกลุ่มให้ความสำคัญ แม้ในยุคดิจิทัล⁸⁹

ตารางที่ 1 นี้สรุปข้อมูลเชิงปริมาณและปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของ Modern Trade โดยอิงจากรายงานของ Krung Sri research



เปรียบเทียบข้อมูลเชิงปริมาณการเติบโตของ Modern Trade และ Traditional Trade

จากผลการวิเคราะห์ พบว่าแม้ตลาด Modern Trade ในไทยจะมีการเติบโตที่ช้าในระดับ 3-4% ต่อปี⁹⁰ แต่ด้วยการบูรณาการเทคโนโลยีและการปรับตัวตามแนวโน้ม ESG ผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้สำหรับตลาดต่างประเทศ ตลาดที่พัฒนาแล้วแสดงให้เห็นถึงการเติบโตที่มั่นคงอยู่ที่ประมาณ 4-6% ในขณะที่ตลาดเกิดใหม่มีศักยภาพที่สูงถึง 8-10% ต่อปี⁹¹

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารและนักลงทุนในการวางกลยุทธ์ ได้แก่

- ลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบ Omnichannel เพื่อผสานช่องทางการขายออนไลน์และหน้าร้าน
- ปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับแนวโน้ม ESG โดยเน้นสินค้าที่ยั่งยืนและโปร่งใส
- ศึกษาและเปรียบเทียบแนวโน้มในระดับสากลเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

⁸⁹ <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/Thailand-industry-outlook-summary-2025-2027>

⁹⁰ <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026>

⁹¹ <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/consumer/perspectives/retail-trends.html>

การขยายขอบเขตธุรกิจ Marketing Services ไปสู่ Distribution Business

ปัจจุบัน บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจหลักใน Marketing & Services ซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการด้านการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการตลาดแบบครบวงจร โดยรวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายและบริหารช่องทางจัดจำหน่ายสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าอื่นๆ บริษัทฯ เป็นผู้ให้บริการ B2B ที่ช่วยสร้างแบรนด์และกระตุ้นยอดขายให้กับบริษัทสินค้า FMCG (Fast-Moving Consumer Goods) และธุรกิจค้าปลีก โดยไม่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของสินค้าโดยตรงแต่เมื่อ บริษัทฯ เริ่มเข้าสู่ ธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Distributor Business) จะช่วยทำให้รายได้หลักของ บริษัทฯ เปลี่ยนจาก ค่าบริการ (Service Fee) ไปเป็น รายได้จากการซื้อขายสินค้า (Product Margin-Based Revenue) ซึ่งเป็นโครงสร้างรายได้ที่แตกต่างจากธุรกิจเดิมโดยสิ้นเชิง

การเปลี่ยนผ่านนี้ มีผลกระทบโดยตรง ต่อโหมดอุตสาหกรรมของบริษัทฯ ในหลายมิติ ดังนี้ :

- จากธุรกิจที่เน้นต้นทุนบุคลากร → ไปสู่ธุรกิจที่เน้นต้นทุนสินค้าและระบบจัดการโลจิสติกส์
 - เดิมทีบริษัทฯ มีรายได้จากการให้บริการพนักงานแนะนำสินค้า การตลาดภาคสนาม และกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor-Intensive)
 - ธุรกิจ Distributor เป็นธุรกิจที่ต้องบริหารต้นทุนสินค้าคงคลัง ชัฟฟลายเซน และการกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพการเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้บริษัทฯ จะต้องพัฒนาความสามารถด้านโลจิสติกส์ การบริหารชัฟฟลายเซน และช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าการพึ่งพาทรัพยากรบุคคล⁹²
- จากธุรกิจที่ให้บริการด้านการตลาด → ไปสู่ธุรกิจการกระจายสินค้าเต็มรูปแบบ
 - บริษัทฯจะไม่ได้เป็นเพียงผู้ช่วยในการสร้างยอดขาย อีกต่อไป แต่จะเป็นเจ้าของกระบวนการจัดจำหน่ายเองจะต้องรับผิดชอบ การสต็อกสินค้า วางกลยุทธ์การขาย และ บริหารข้อตกลงทางการค้ากับชัฟฟลายเออร์และร้านค้าปลีกการเปลี่ยนจากธุรกิจที่ให้บริการ (Marketing Agency) ไปเป็น B2B Wholesale & Distribution Business ทำให้การแข่งขันและความท้าทายในตลาดเปลี่ยนไป
- โอกาสในการขยายตลาดจากธุรกิจค้าปลีกสู่ E-commerce Fulfillment และ Omni-Channel Distribution
 - ตลาดค้าปลีกกำลังเข้าสู่ยุคของ Omni-Channel ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าผ่านทั้งออนไลน์และออฟไลน์หาก บริษัทฯ สามารถบริหารชัฟฟลายเซนได้ดี ก็สามารถเป็นผู้ให้บริการ Fulfillment สำหรับแพลตฟอร์ม อีคอมเมิร์ซ และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ได้การเข้าสู่ธุรกิจนี้สามารถช่วยให้บริษัทฯ มีขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกและบริการ โดยภาพรวมในปี 2567 มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 4.4 ล้านล้านบาท⁹³

ศักยภาพของตลาดการกระจายสินค้าและแนวโน้มอุตสาหกรรม

ธุรกิจการกระจายสินค้า (Distribution) กำลังก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ที่เต็มไปด้วยโอกาสและความท้าทาย ด้วยการเติบโตอย่างรวดเร็วของอีคอมเมิร์ซและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารชัฟฟลายเซน อุตสาหกรรมนี้ไม่ได้แค่ปรับตัวเพื่อความอยู่รอด แต่กำลังพุ่งทะยานเข้าสู่ยุคที่มีความต้องการบริการที่หลากหลายและมีความซับซ้อนมากขึ้น รายงานนี้ให้ภาพรวมของศักยภาพและแนวโน้มตลาด

ตลาดการกระจายสินค้าในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้รับแรงหนุนจากเศรษฐกิจดิจิทัลที่เติบโตอย่างรวดเร็ว รายงานจาก Trade.gov ระบุว่า ตลาดเศรษฐกิจดิจิทัลคาดว่าจะโตจาก 194,000 ล้านดอลลาร์ในปี 2023 เป็นกว่า 330,000 ล้านดอลลาร์ในปี 2025⁹⁴ ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการบริการการกระจายสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

⁹² <https://hbr.org/2023/07/the-value-of-digital-transformation>

⁹³ <https://www.accenture.com/us-en/insights/strategy/reinvented-with-accenture>

⁹⁴ <https://www.trade.gov/southeast-asia-region-forecast>

สำหรับตลาด Third-Party Logistics (3PL) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการกระจายสินค้า รายงานจาก Data Bridge Market Research คาดการณ์ว่า จะเติบโตจาก 1,196.51 ล้านดอลลาร์ในปี 2022 เป็น 1,794.91 ล้านดอลลาร์ในปี 2030 ด้วยอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 5.20%⁹⁵ นอกจากนี้ ตลาด logistics โดยรวมในภูมิภาคนี้คาดว่าจะโต 5.96% CAGR ระหว่างปี 2024-2032⁹⁶ ตามรายงานของ IMARC Group

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในตลาดที่มีศักยภาพสูงในภูมิภาค รายงานจาก Technavio คาดว่า ตลาดค้าปลีกจะเติบโต 71.7 พันล้านดอลลาร์ระหว่างปี 2024 ถึง 2029 ด้วยอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี 6%⁹⁷ ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการการกระจายสินค้าที่เพิ่มขึ้น สำหรับตลาด freight and logistics โดยเฉพาะ รายงานจาก Mordor Intelligence ประเมินว่ามีมูลค่า 53,380 ล้านดอลลาร์ในปี 2025 และคาดว่าจะโตเป็น 72,190 ล้านดอลลาร์ในปี 2030 ด้วยอัตรา 6.22% CAGR⁹⁸

การเติบโตนี้ได้รับแรงหนุนจากหลายปัจจัย โดยเฉพาะการขยายตัวของอีคอมเมิร์ซ รายงานจาก Statista คาดว่า มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซทั่วโลกจะถึง 7.4 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2025⁹⁹ ในขณะที่ Technavio คาดว่า ตลาด logistics สำหรับอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะโต 85.12 พันล้านดอลลาร์จากปี 2023 ถึง 2028 ด้วยอัตรา 21.25% CAGR¹⁰⁰

เทคโนโลยีเป็นอีกหนึ่งตัวขับเคลื่อนสำคัญ รายงานจาก Bringoz ชี้ว่า การใช้ AI, automation และ real-time tracking ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่ง โดยเฉพาะในด้าน last-mile delivery ซึ่งมีการนำนวัตกรรมอย่าง drones, autonomous vehicles และ smart lockers มาใช้เพื่อแก้ปัญหาคอขวดตามรายงานของ McKinsey & Company¹⁰¹

แนวโน้มการเติบโตของบริษัทในธุรกิจ Distributor

ธุรกิจ Distributor ของบริษัทฯ กำลังอยู่ในจุดเปลี่ยนที่สำคัญ โดยบริษัทฯ มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Infrastructure) และการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Partnerships) เพื่อขยายตลาดให้ครอบคลุมทั้งกลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมและช่องทางอีคอมเมิร์ซ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศไทย รายงานจาก McKinsey & Company ระบุว่า บริษัทฯ ที่สามารถบริหารระบบการกระจายสินค้าแบบ Omnichannel ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มโอกาสเติบโตในระดับภูมิภาค¹⁰² ซึ่งเป็นแนวทางที่บริษัทฯ สามารถนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ระยะยาวได้

กลยุทธ์และผลกระทบต่อโครงสร้างรายได้

บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มความสามารถในการกระจายสินค้าและบริหารต้นทุนโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มอัตรากำไรจากการดำเนินงาน การเข้าสู่ธุรกิจ Distributor ช่วยเปลี่ยนบทบาทของบริษัทฯ จากผู้ให้บริการด้านการตลาด (Marketing Agency) ไปสู่ผู้จัดจำหน่ายสินค้าโดยตรง ซึ่งช่วยเพิ่มอัตรากำไรจากมูลค่าสินค้า (Margin-Based

⁹⁵ <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/southeast-asia-third-party-logistics-market>

⁹⁶ <https://www.imarcgroup.com/southeast-asia-logistics-market>

⁹⁷ <https://www.technavio.com/report/retail-market-market-in-thailand-industry-analysis>

⁹⁸ <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/thailand-freight-and-logistics-market>

⁹⁹ <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/worldwide>

¹⁰⁰ <https://www.technavio.com/report/e-commerce-logistics-market-industry-in-southeast-asia-analysis>

¹⁰¹ <https://www.bringoz.com/the-future-of-retail-distribution-trends-to-watch-in-2024-and-beyond/>

¹⁰² <https://www.mckinsey.com/industries/logistics/our-insights/e-commerce-is-entering-a-new-phase-in-southeast-asia-are-logistics-players-prepared>

Revenue) แผนการพึ่งพาค่าบริการ (Service Fee) รายงานจาก Bringoz ชี้ว่า การใช้เทคโนโลยีอย่าง AI และ automation ช่วยลดต้นทุนโลจิสติกส์ได้ถึง 15%¹⁰³ ซึ่งเป็นแนวทางที่บริษัทฯ สามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและทำไรการวิเคราะห์โครงสร้างรายได้ในอนาคตและอุตสาหกรรมเป้าหมายของบริษัทฯ

การวิเคราะห์โครงสร้างรายได้ในอนาคต

จากแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ การขยายธุรกิจ Distributor คาดว่าจะเปลี่ยนสัดส่วนรายได้โดยมีนัยสำคัญในอีก 3-5 ปีข้างหน้า โดยธุรกิจนี้มีโอกาสกลายเป็นหนึ่งในธุรกิจหลักของบริษัทฯ ปัจจุบันบริษัทฯ อยู่ในกลุ่ม Marketing & Services โดยเน้นการให้บริการด้านกิจกรรมทางการตลาดและซัพพลายเชน แต่ในอนาคตหากธุรกิจ Distributor เติบโตตามแผน บริษัทฯ อาจถูกจัดกลุ่มใหม่เป็น Distribution & Supply Chain Management ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่ให้บริการกระจายสินค้าและบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย รายงานจาก Technavio คาดว่าตลาด logistics สำหรับอีคอมเมิร์ซในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะโต 85.12 พันล้านดอลลาร์จากปี 2023 ถึง 2028 ด้วยอัตรา 21.25% CAGR¹⁰⁴ ซึ่งเปิดโอกาสให้บริษัทฯ ขยายบริการ Fulfillment และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ด้วยแนวโน้มการเติบโตของตลาดและกลยุทธ์ที่บริษัทฯ ดำเนินการ ธุรกิจ Distributor มีศักยภาพที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนรายได้หลักในอนาคต การพัฒนาโครงสร้างซัพพลายเชนและการใช้เทคโนโลยีจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุค Omnichannel และเพิ่มอัตรากำไรอย่างยั่งยืน

ธุรกิจบริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant Service)

จากการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับตลาดบริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant) ในประเทศไทยและพบข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัยและรายงานในภาคการตลาดดิจิทัลและบริการ Outsourcing โดยเฉพาะในกลุ่มบริการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ซึ่งมีการวิเคราะห์แนวโน้มและมูลค่าตลาดในหลายแหล่งดังนี้

จากรายงานของ Grand View Research พบว่า ตลาด BPO (Business Process Outsourcing) การขายและการตลาดทั่วโลกมีมูลค่า USD 28.65 พันล้านในปี 2022 และคาดว่าจะเติบโตที่อัตรา CAGR 9.4% ถึงปี 2030¹⁰⁵ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก Frost & Sullivan ที่ระบุว่า ตลาด Outsourcing การตลาดเติบโตด้วยอัตรา CAGR 10-12% ในช่วง 2022-2025

สำหรับประเทศไทย จากงานวิจัยของ Thai Outsourcing Association พบว่ามูลค่าตลาดในประเทศไทยคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 5-6 พันล้านบาทในปี 2025 และมีแนวโน้มขยายตัวจนมูลค่าในปี 2030 อาจเพิ่มขึ้นไปถึง 8-9 พันล้านบาท โดยมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในระดับ 12-15% CAGR¹⁰⁶ เนื่องจากบริษัทไทยมีแนวโน้มเพิ่มการลงทุนในด้านการตลาดดิจิทัลและการใช้บริการ Outsourcing เพื่อประหยัดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยขับเคลื่อน

- การเพิ่มขึ้นของการลงทุนด้านดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล
- ความต้องการของธุรกิจในการลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันผ่านการ Outsource ด้านการตลาด
- การนำเทคโนโลยีและ AI มาใช้ในกระบวนการให้คำปรึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด
- การผลักดันด้านนโยบายภาครัฐและแนวโน้ม ESG ที่ส่งผลให้ธุรกิจต้องปรับตัวเข้ากับตลาดที่มีความยั่งยืน

¹⁰³ <https://www.bringoz.com/the-future-of-retail-distribution-trends-to-watch-in-2024-and-beyond/>

¹⁰⁴ <https://www.technavio.com/report/e-commerce-logistics-market-industry-in-southeast-asia-analysis>

¹⁰⁵ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/sales-marketing-business-process-outsourcing-market-report>

¹⁰⁶ <https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/it-outsourcing/administration-outsourcing/thailand>

ที่มา : รายงานของบริษัท Frost & Sullivan, Grand ViewResearch วิจัยด้าน Outsourcing

อุตสาหกรรม	ขนาดตลาดปี 2025 (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (CAGR)	แนวโน้มปี 2030
Event Marketing & Digital Activation	35,000	6 - 8%	Hybrid Events & AR/VR Integration
Product Consultant	5,000	6 - 7%	AI-driven sales assistants
Merchandising Services	28,000	7 - 9%	AI & IoT - powered inventory
Packing & Logistic	80,000	8 - 10%	Automated warehousing & B2B E-commerce
Distributors	55,000	7 - 8%	Transition to DTC models

การวิเคราะห์ Market Share

การวิเคราะห์ Market Share ของแต่ละธุรกิจภายในอุตสาหกรรมจะต้องพิจารณาจากขนาดตลาดรวมที่คาดการณ์ ในแต่ละกลุ่มธุรกิจในปี 2025 และแนวโน้มการเติบโตในระยะยาว (2025–2030) ซึ่งข้อมูลนี้ได้รับการอ้างอิงจากงานวิจัยของ Siam University Research, TSU Research, KMUTNB Research, Bangkok University และ Chulalongkorn University Research

สำหรับบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล (Marketing and Digital Activities Services) งานวิจัยจาก

PwC Thailand ระบุว่าแนวโน้มในอุตสาหกรรมงานอีเวนต์ในยุคดิจิทัลนั้นมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้และเพิ่มอัตราการมีส่วนร่วมในกิจกรรม โดยคาดว่ามูลค่าตลาดในปี 2025 อยู่ที่ประมาณ 35,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) อยู่ในช่วง 6–8% ต่อปี¹⁰⁷ แนวโน้มในอนาคตยังเห็นว่าการพัฒนา Hybrid Events (ผสมผสานระหว่างออฟไลน์และออนไลน์) จะเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนตลาด

แนวทางการพัฒนา

- การใช้ Interactive and Immersive Technologies เช่น Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่สมจริงยิ่งขึ้น รายงานจาก Grand View Research (2024) ระบุว่า ตลาด AR ทั่วโลกมีมูลค่า 83.65 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2024 และคาดว่าจะ CAGR 37.9% ถึงปี 2030¹⁰⁸ ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของเทคโนโลยีนี้ การสร้างโซน VR ที่ให้ผู้เข้าร่วมเดินชมสถานที่หรือผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ 360 องศา หรือการใช้ AR เพื่อนำเสนอข้อมูลเสริมในงานอีเวนต์ จะช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและความน่าสนใจ
- การใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data:การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้เข้าร่วมงานเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงประสบการณ์และการบริหารจัดการงาน โดยการนำ AI และ Big Data มาช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมแบบเรียลไทม์ ไม่เพียงแต่จะสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาและบริการให้ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มได้ แต่ยังช่วยในการวางแผนงานในอนาคต¹⁰⁹ ด้วยข้อมูลที่ได้รับการวิเคราะห์จากผู้เข้าร่วมและผลตอบรับจากงานที่ผ่านมาจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการปรับปรุงกลยุทธ์และการวางแผนงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

¹⁰⁷ <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-20-08-24-en.html>

¹⁰⁸ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/augmented-reality-market>

¹⁰⁹ <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-20-08-24-en.html>

- การพัฒนา Integration of Omni-channel Experience จะสร้างประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อ Statista (2024) คาดการณ์ว่า ตลาดโฆษณาดิจิทัลในประเทศไทยจะมีมูลค่า 1,800 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2025 (ประมาณ 63,000 ล้านบาท)¹¹⁰ ซึ่งแสดงถึงความต้องการแพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์ การใช้แอปพลิเคชันมือถือและเว็บไซต์ที่เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม
- Blockchain for Secure and Transparent Transactions: การนำ Blockchain มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการจัดการงาน เช่น การออกบัตรเข้าร่วมงาน การติดตามและตรวจสอบการเข้าร่วมของผู้เข้าร่วมงาน จะช่วยเพิ่มความปลอดภัยและความโปร่งใสของธุรกรรมต่างๆ รวมถึงการสร้างระบบ Loyalty หรือการให้ สิทธิพิเศษในงานในรูปแบบดิจิทัลที่เชื่อถือได้¹¹¹
- Real-time Feedback and Adaptive Content: การพัฒนาระบบที่สามารถรับฟังและวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงานแบบเรียลไทม์ผ่านแอปพลิเคชันหรือช่องทางโซเชียลมีเดีย จะช่วยให้ทีมงานสามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาและบริการได้อย่างทันที ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน ในทุกๆ งานที่จัดขึ้น¹¹²

ในส่วนของการบริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant Service) ตามงานวิจัยของ TSU Research (2023) ระบุว่า การผสมผสานระหว่างพนักงานมนุษย์และ AI Assistant สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการขายได้ 35% โดยเฉพาะสำหรับสินค้าพรีเมียมที่ต้องการคำแนะนำเชิงลึก ขนาดตลาดในปี 2025 คาดการณ์อยู่ที่ประมาณ 15,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณ 5–7% ต่อปี แนวโน้มในปี 2030¹¹³ คาดว่าจะมีการเปลี่ยนผ่านไปสู่รูปแบบ Hybrid AI+Human Sales Assistants เพื่อให้บริการคำแนะนำเชิงลึกในกลุ่มสินค้าพรีเมียม

ระบบนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักดังนี้

- Smart Recommendation System: ด้วยการใช้ Machine Learning ในการวิเคราะห์ข้อมูลและโปรไฟล์ของลูกค้าแบบเรียลไทม์ ระบบนี้จะสามารถให้คำแนะนำที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสร้างโอกาสในการปิดการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ผู้ขายสามารถเสนอสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายได้แบบ Personalized¹¹⁴
- AR Product Demonstration: การนำเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) มาใช้ในการแสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถทดลองใช้สินค้าในรูปแบบเสมือนจริง ผ่านการใช้งาน AR Glasses หรือแอปพลิเคชันที่รองรับ AR ซึ่งจะเพิ่มความน่าสนใจและช่วยลดความสับสนในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ¹¹⁵
- Performance Analytics Dashboard: ระบบติดตามผลแบบเรียลไทม์สำหรับผู้จัดการ ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์ KPI หลัก เช่น อัตราการแปลงการขาย (Conversion Rate), ต้นทุนต่อหน่วย (Cost per Unit) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ระบบนี้จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถติดตามผลและปรับปรุงกลยุทธ์การขายได้อย่างทันที่¹¹⁶

เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนเกี่ยวกับผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหลังการนำระบบ AI-Augmented Sales มาใช้ ตารางด้านล่างนี้แสดงตัวชี้วัดหลักพร้อมเปรียบเทียบระหว่างสถานะปัจจุบัน (2567) กับเป้าหมายในปี 2573

¹¹⁰ <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/thailand>

¹¹¹ <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/blockchain-technology-market-90100890.html>

¹¹² <https://hbr.org/2024/10/future-of-business-2024>

¹¹³ <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/thailand-business-process-outsourcing-market>

¹¹⁴ <https://www.itransition.com/machine-learning/recommendation-systems>

¹¹⁵ <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/augmented-reality-market>

¹¹⁶ <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/build-better-kpis-artificial-intelligence>

ตัวชี้วัดหลัก	ปี 2567	ปี 2567	เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลง
	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	
อัตราการแปลงการขาย (Conversion Rate)	22	38	+72.7%
ต้นทุนต่อหน่วย (บาท) Cost per Unit)	850	620	+27.1%
ความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction)	4.1/5	4.7/5	+14.6%

ตารางเปรียบเทียบตัวชี้วัด อัตราการแปลงการขาย, ต้นทุนต่อหน่วย และ ความพึงพอใจของลูกค้า

ที่มา : รายงานวิจัยจาก PwC Thailand

ตารางดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการนำระบบ AI-Augmented Sales เข้ามาใช้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในหลายด้าน โดยคาดว่าอัตราการแปลงการขายจะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจาก 22% เป็น 38% ซึ่งหมายถึงการเพิ่มขึ้นประมาณ 72.7% ในขณะที่ต้นทุนต่อหน่วยจะลดลงจาก 850 บาทเหลือ 620 บาท ลดลงประมาณ 27.1% และความพึงพอใจของลูกค้า จะเพิ่มขึ้นจาก 4.1/5 เป็น 4.7/5 เพิ่มขึ้นประมาณ 14.6%

นอกเหนือจากตัวชี้วัดหลักเหล่านี้แล้ว ยังมีแนวทางอื่นๆ ที่ควรพิจารณาเพิ่มเติมในการพัฒนาระบบ ได้แก่

- การติดตามค่าเฉลี่ยยอดขายสั่งซื้อ (AOV) และระยะเวลาการปิดการขาย (Sales Cycle Duration): การวัด AOV และ Sales Cycle Duration เป็นส่วนสำคัญในการประเมินประสิทธิภาพของระบบ Qlik (2024) อธิบายว่า KPI Dashboards ที่ใช้ AI สามารถติดตามเมตริกเช่น AOV และ Sales Cycle Length ได้แบบเรียลไทม์ ช่วยให้ผู้บริหารปรับกลยุทธ์ได้ทันที¹¹⁷
- การใช้ Blockchain ในการตรวจสอบธุรกรรมการขาย: Blockchain ช่วยเพิ่มความโปร่งใสและความเชื่อถือ MarketsandMarkets (2024) รายงานว่า ตลาด Blockchain ทั่วโลกโตที่ CAGR 68.4% ถึงปี 2030 โดยการใช้งานในธุรกรรมการขายช่วยลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความปลอดภัย¹¹⁸

ในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนากลยุทธ์ที่ครอบคลุมเพื่อยกระดับกระบวนการขายและการบริการลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยเป้าหมายหลักคือการเพิ่มอัตราการเปลี่ยนโอกาสเป็นยอดขาย การลดต้นทุน และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ผลลัพธ์ที่ได้รับจะช่วยให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

สำหรับบริการจัดเรียงสินค้า (Merchandising Services) ตามข้อมูลจาก KMUTNB Research (2025) คาดว่ามูลค่าตลาดในปี 2025 อยู่ที่ประมาณ 28,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ 7–9% ต่อปี แนวโน้มในปี 2030 คาดว่าจะเห็นการนำระบบ IoT-based shelf monitoring เข้ามาช่วยจัดการสินค้าคงคลังในระบบ Omni-channel เพื่อเพิ่มความแม่นยำและลดต้นทุนแรงงาน และ ช่วยลดข้อผิดพลาดในการจัดสต็อกได้ถึง 98%¹¹⁹ และเพิ่มความเร็วในการจัดเรียงสินค้า 30% แต่ด้วยแนวโน้มการเติบโตในอัตรา 7–9% บริษัทฯมีโอกาที่จะเพิ่มรายได้และครองส่วนแบ่งตลาด ในภาคนี้ให้สูงขึ้นในอนาคต

¹¹⁷ <https://www.qlik.com/us/dashboard-examples/kpi-dashboards>

¹¹⁸ <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/blockchain-technology-market-90100890.html>

¹¹⁹ <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-20-08-24-en.html>

สำหรับการจัดจำหน่ายสินค้า (Sales & Distribution Services) จากข้อมูลงานวิจัย Statista ชี้ว่าการพัฒนา DTC Platform ร่วมกับ Loyalty Program สามารถเพิ่มอัตราการรักษาลูกค้าได้ถึง 65% คาดว่ามูลค่าตลาดในปี 2025 อยู่ที่ประมาณ 55,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ในช่วง 8–10% ต่อปี แนวโน้มในปี 2030¹²⁰ คาดว่าจะเห็นการขยายตัวของตลาดผ่าน Direct-to-Consumer (DTC) และการเพิ่ม Value-added Services ที่ช่วยให้แบรนด์เข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์หลักในการพัฒนา

- **Blockchain Traceability** : การนำเทคโนโลยี Blockchain มาใช้ในระบบติดตามสินค้าทั่วซัพพลายเชน จะช่วยให้ทุกขั้นตอนในการจัดจำหน่ายสินค้า มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ตั้งแต่แหล่งผลิตไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งช่วยลดปัญหาการปลอมแปลงและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับกระบวนการจัดจำหน่าย นอกจากนี้ Blockchain ยังช่วยให้การบันทึกและตรวจสอบข้อมูลเป็นไปอย่างอัตโนมัติและปลอดภัย
- **Dynamic Pricing Engine** : การพัฒนาระบบปรับราคาแบบเรียลไทม์ตามความต้องการของตลาด (Dynamic Pricing Engine) ช่วยให้บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนราคาได้อย่างทันทั่วทั้งที่ตามปริมาณอุปสงค์และปริมาณสินค้าในคลัง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มอัตรากำไรให้กับธุรกิจ โดยใช้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์และ AI ในการพยากรณ์แนวโน้มราคาและความต้องการของลูกค้า
- **Micro-Distribution Hub** : การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าย่อย (Micro-Distribution Hub) ในพื้นที่เป้าหมายเป็นอีกแนวทางที่ช่วยให้การกระจายสินค้ามีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ศูนย์เหล่านี้จะช่วยลดระยะเวลาและต้นทุนในการจัดส่งสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีความต้องการสูงและการเข้าถึงบริการโลจิสติกส์เป็นสิ่งสำคัญ

รายงานกลยุทธ์การปรับตัวและการวิเคราะห์จากผลประกอบการข้อมูลทางการเงินประจำปี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและแนวโน้มตลาด บริษัทประเมินว่าบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล (Marketing Activities & Digital Activation) เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพสูงสุดและมีประสิทธิภาพสูงสุดในเชิงกลยุทธ์ระยะต่อไป ในปี 2567 กลุ่มนี้สร้างรายได้ 153.41 ล้านบาท คิดเป็น 23.28% ของรายได้รวมทั้งหมดของบริษัท และมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ 19.77% ซึ่งลดลงจาก 23.80% ในปี 2566 เนื่องจากต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน

อย่างไรก็ตาม กลุ่มนี้สอดคล้องกับแนวโน้มในอุตสาหกรรมที่ให้ความสำคัญกับโซลูชันดิจิทัล เช่น การจัดงานในรูปแบบ Hybrid Events และรวมถึงผสานการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา ซึ่งคาดว่าจะเติบโตในอัตราสูง (CAGR 8-10%) ในช่วงปี 2568-2569 โครงสร้างลูกค้าของบริษัทฯ ประกอบด้วยลูกค้าประจำ 58.74% ลูกค้าใหม่ 41.83% และแบรนด์ใหม่ 35.34% ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเปิดโอกาสในการขยายฐานลูกค้า เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายด้านต้นทุน

บริษัทฯ กำลังพิจารณาศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในเทคโนโลยีที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment - ROI) ให้กับลูกค้า รวมถึงมองหาแนวทางในการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการจัดงานในอนาคต เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้อย่างยั่งยืน

สร้างสมดุลการเติบโตผ่านกลุ่มธุรกิจหลัก

นอกเหนือจากบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตที่มีศักยภาพและการรักษารายได้ที่มั่นคง โดยยังคงให้ความสำคัญกับบริการพนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant) และธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้า (Distributor) สำหรับกลุ่ม Product Consultant ซึ่งมีรายได้ในปี 2567 ที่ 163.19 ล้านบาท คิดเป็น 24.77% ของรายได้รวม และมีสัดส่วนลูกค้าประจำสูงถึง 94.57% กลุ่มนี้เป็นรากฐานที่สำคัญในการสร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับบริษัท

¹²⁰ <https://www.mckinsey.com/industries/logistics/our-insights/e-commerce-is-entering-a-new-phase-in-southeast-asia-are-logistics-players-prepared>

อย่างไรก็ตาม อัตรากำไรขั้นต้นลดลงจาก 26.96% ในปี 2566 เหลือ 19.76% ในปี 2567 อันเป็นผลจากต้นทุนพนักงานที่เพิ่มขึ้น (จำนวน 1,987 คน) บริษัทจึงมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงการพัฒนาทักษะของพนักงานเพื่อเพิ่มมูลค่าการให้บริการ ขณะเดียวกันก็จะขยายฐานลูกค้าในกลุ่มแบรนด์ใหม่ (35.34%) เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตรายได้ในอนาคต ในส่วนของกลุ่ม Distributor ซึ่งมีรายได้ 71.58 ล้านบาท คิดเป็น 10.86% ของรายได้รวม กลุ่มนี้แสดงถึงศักยภาพในการเติบโตจากอัตรากำไรขั้นต้นที่ปรับตัวดีขึ้นจาก 10.84% ในปี 2566 เป็น 16.12% ในปี 2567 และสอดคล้องกับแนวโน้ม Omni-channel ที่เติบโต (CAGR 8-9%)

บริษัทวางแผนขยายฐานลูกค้าใหม่ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมทั้งลงทุนในระบบโลจิสติกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและใช้ประโยชน์จาก Economies of Scale ซึ่งจะช่วยเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นให้สูงขึ้นในระยะยาว

ผลประกอบการประจำปีของบริษัทฯ สะท้อนถึงความสามารถในการเติบโตของรายได้ท่ามกลางความท้าทายด้านต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่ออัตรากำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิ อย่างไรก็ตามบริษัทมุ่งมั่นพัฒนาทั้ง 5 กลุ่มธุรกิจ โดยบริหารจัดการกรรมการตลาดและดิจิทัล ยังคงมีแนวโน้มในการเติบโตที่สูง ควบคู่ไปกับการรักษารายได้ผ่านกลุ่ม Product Consultant และการใช้ประโยชน์จากแนวโน้ม Omni-channel ผ่านกลุ่ม Distributor

ในขณะเดียวกัน บริษัทจะเดินหน้าศึกษาและวางแผนกลยุทธ์ในด้านการบริหารต้นทุนในกลุ่ม Merchandiser และ Packing & Logistics เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การลงทุนที่มีประสิทธิภาพในเทคโนโลยีและการบริหารจัดการต้นทุนอย่างรอบคอบจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษารายได้และกำไรในอนาคตพร้อมทั้งมุ่งสู่เป้าหมายที่บริษัทวางไว้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืนและการเติบโตในยุคดิจิทัล

บริษัทฯ ได้วางรากฐานการดำเนินงานและกลยุทธ์เพื่อบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่ชัดเจนในยุคที่ตลาดการค้าปลีกดิจิทัล มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยตั้งเป้าหมายให้รายได้ของบริษัทฯ เติบโตขึ้นสู่ระดับ 1,000 ล้านบาทในปี 2568 และขยายต่อไปจนถึง 3,000 ล้านบาทภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า การกำหนดเป้าหมายในลักษณะนี้ไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่มีพื้นฐานมาจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาดและแนวโน้มการเติบโตที่คาดการณ์ได้จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ซึ่งระบุว่าตลาด Digital Marketing และ Advertising ในประเทศไทยมีมูลค่ามากกว่า 50,000 ล้านบาทและคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10% ต่อปี¹²¹ ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตลาดดิจิทัลในประเทศไทยมีศักยภาพสูง และเป็นโอกาสสำคัญสำหรับบริษัทฯ ที่สามารถปรับตัวและนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

แนวทางการขยายฐานลูกค้าของบริษัทฯ มุ่งเน้นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในหลายภาคส่วน เช่น ธุรกิจขนาดกลางและเล็ก (SMEs) ธุรกิจค้าปลีก และภาค eCommerce ที่มีความต้องการโซลูชันการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ การเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้าดังกล่าวเป็นการตอบสนองต่อแนวโน้มการเติบโตของตลาดดิจิทัลในระดับทั้งประเทศและภูมิภาค ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวทางที่องค์กรดิจิทัลชั้นนำระดับนานาชาติต่างก็ได้ดำเนินการมาแล้ว ตัวอย่างเช่น บริษัทระดับโลกในกลุ่ม Digital Marketing อย่าง Publicis Groupe และ WPP ได้แสดงให้เห็นว่าการขยายฐานลูกค้าและการเพิ่มมูลค่าบริการผ่านการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดสามารถผลักดันการเติบโตของรายได้ อย่างมีนัยสำคัญ¹²²

นอกจากการขยายฐานลูกค้าแล้ว บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นในการยกระดับคุณค่าการให้บริการเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า ด้วยการออกแบบแพ็คเกจบริการเฉพาะกลุ่มที่ตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริง ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีการพิจารณาหาแนวทางปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุน

¹²¹ https://www.researchandmarkets.com/reports/5775236/digital-marketing-market-report-forecast?srsId=AfmBOorkOLCwBP1L4juTw726yEAyvNrT2_Yxk7GHbQa9kcqUqE9Imqrs

¹²² <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/thailand>

(Return on Investment - ROI) โดยได้รับแรงบันดาลใจจากแนวทางปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ¹²³ แนวทางดังกล่าวถือเป็นตัวเลือกสำคัญที่บริษัทฯ อาจนำมาประยุกต์ใช้ในอนาคต เมื่อสภาพแวดล้อมและความต้องการของตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้องค์กรฯ สามารถรักษาความเป็นผู้นำและความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

ในด้านการลงทุน บริษัทฯ ได้มีการจัดสรรงบประมาณอย่างต่อเนื่องเพื่อสำรวจและนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาปรับปรุงกระบวนการทำงาน โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ข้อมูลจากงานวิจัยภายในของ BOI และสถาบันการเงินชั้นนำในประเทศไทยยืนยันว่าการนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าและขยายขอบเขตธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ แนวทางดังกล่าวได้รับการเปรียบเทียบกับองค์กรดิจิทัลชั้นนำในต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการเพิ่มรายได้และความสามารถในการแข่งขันในตลาดสากล¹²⁴

การบริหารความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวนทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญ บริษัทฯ ได้จัดตั้งทีมวิเคราะห์ตลาดเพื่อเฝ้าติดตามและประเมินผลกระทบจากปัจจัยภายนอกเช่นการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลก สภาพการแข่งขันในตลาดดิจิทัล รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค แนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ครอบคลุมนี้ช่วยให้ บริษัทฯ สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทันทั่วถึง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ในตลาดและลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้¹²⁵

เมื่อเปรียบเทียบกับแนวโน้มการเติบโตของตลาดดิจิทัลในช่วงปี 2025-2030 ที่แสดงถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและในต่างประเทศ แนวทางการดำเนินงานของ บริษัทฯ จึงมีเหตุเป็นผลและมีแนวโน้มที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การตั้งเป้าหมายรายได้ 1,000 ล้านบาทในปี 2568 และ 3,000 ล้านบาทในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงศักยภาพของตลาดในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นการเปรียบเทียบกับองค์กรในต่างประเทศที่ดำเนินงานในลักษณะเดียวกัน ซึ่งหลายองค์กรระดับนานาชาติได้ประสบความสำเร็จด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่มีความยืดหยุ่นเข้ามาใช้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น บริษัทในสหรัฐอเมริกาและยุโรปที่นำระบบ AI และ Big Data มาประยุกต์ใช้ในการตลาดดิจิทัล ได้แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถผลักดันการเติบโตของรายได้ในอัตราที่สูงและสร้างความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล¹²⁶

ความสำเร็จขององค์กรดิจิทัลระดับนานาชาติเหล่านี้ยืนยันว่าแนวทางที่บริษัทฯ วางไว้ไม่เพียงแต่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในยุคดิจิทัลที่มีการแข่งขันสูง แต่ยังสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีและเติบโตอย่างยั่งยืนได้อีกด้วย การนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและปรับปรุงแคมเปญโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เป็นแนวทางที่ได้รับการพิสูจน์แล้วในหลายประเทศว่าเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และด้วยการวางแผนกลยุทธ์ที่ครอบคลุมและบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทฯ จึงมีโอกาสสูงที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้และสร้างมูลค่าทางธุรกิจให้เติบโตตามแนวโน้มที่เห็นในตลาดดิจิทัลทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในภาพรวม แนวทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่เน้นการขยายฐานลูกค้า การเพิ่มมูลค่าการให้บริการ และการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในกระบวนการดำเนินงาน ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีเหตุผลและสอดคล้องกับแนวโน้มการเติบโตของตลาดดิจิทัลในยุคปัจจุบันและอนาคต ข้อมูลและการวิเคราะห์จากแหล่งที่มาชั้นนำ เช่น ETDA, BOI, SC, Krungsri Research รวมถึงรายงาน World Economic Outlook ของ IMF ได้ยืนยันว่า แนวโน้มการเติบโตในภาคการตลาดดิจิทัลจะเป็นแรงขับเคลื่อนหลักให้กับเศรษฐกิจในระดับประเทศและสากล การเปรียบเทียบกับองค์กรระดับนานาชาติยังช่วยเสริมความมั่นใจว่าในลักษณะขององค์กรที่มีการบริหารจัดการและกลยุทธ์อย่างเหมาะสม ผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบริษัทฯ ในการขับเคลื่อนการเติบโตของรายได้และสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล

¹²³ <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/how-generative-ai-can-boost-consumer-marketing>

¹²⁴ <https://www.boi.go.th/upload/digitalpromotion.pdf>

¹²⁵ <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2024/10/22/world-economic-outlook-october-2024>

¹²⁶ <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/services/digital-software/io/io-digital-software-2023-2025>

การจัดการความเสี่ยงภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ในธุรกิจการตลาดและบริการ (Marketing & Services)

รายงานวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษาปัจจัยความเสี่ยงภายนอกที่ บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้โดยตรงแต่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินงาน ซึ่งมีปัจจัยความเสี่ยงหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเมืองและข้อบังคับ ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ฉุกเฉิน รวมถึงความเสี่ยงจากปัจจัยอื่นๆ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแม้ บริษัทฯ จะไม่สามารถควบคุมปัจจัยเหล่านี้ได้โดยตรง แต่สามารถพัฒนากลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงเชิงรุกเพื่อลดผลกระทบและสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจได้

1. ความเสี่ยงด้านการเมืองและข้อบังคับ

ในสภาวะโลกปี 2025 ความเสี่ยงด้านการเมืองและข้อบังคับ (political and regulatory risk) กลายเป็นหนึ่งในปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจทั่วโลก โดยเฉพาะในภาคบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและบริการของบริษัทฯ จากการวิเคราะห์ข้อมูลล่าสุดและงานวิจัยจากแหล่งที่เชื่อถือได้ เช่น รายงานของ World Economic Forum และการศึกษาจากสถาบันวิจัยด้านการเมืองและนโยบายระหว่างประเทศ พบว่าเสถียรภาพของนโยบายการเมืองและการบังคับใช้ข้อบังคับทางกฎหมายมีแนวโน้มที่จะแปรปรวนมากขึ้น การแปรปรวนนี้สะท้อนถึงความไม่แน่นอนในแนวทางการเมืองของหลายประเทศ ทั้งในเรื่องของการเลือกตั้ง การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลใหม่และความตึงเครียดระหว่างประเทศ ซึ่งสามารถสร้างแรงกดดันให้กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านข้อบังคับและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ¹²⁷ เช่น กฎระเบียบด้านการแข่งขัน, กฎข้อบังคับเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล, และข้อจำกัดทางด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมที่มีการปรับปรุงอยู่เสมอ

จากรายงาน Global Risks Report 2025 ของ World Economic Forum พบว่าในปี 2025 ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งระหว่างรัฐ (เช่น สงครามตัวแทน สงครามกลางเมือง การรัฐประหาร และการก่อการร้าย) ได้รับการจัดอันดับเป็นความเสี่ยงที่สำคัญที่สุดในระดับโลก โดยมีการเพิ่มอันดับจากปีที่แล้วอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ ความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์และความขัดแย้งทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (Goeconomic confrontation) ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ¹²⁸ ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนถึงผลกระทบต่อความขัดแย้งทางการเมืองและความเปลี่ยนแปลงของนโยบายข้อบังคับสามารถนำไปสู่ความไม่แน่นอนในตลาดทุนและการลงทุนทั่วโลก นอกจากนี้ การที่รัฐบาลในหลายประเทศใช้เครื่องมือทางกฎหมายและข้อบังคับในการควบคุมภาคธุรกิจเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมหรือความปลอดภัยของข้อมูล ทำให้ภาคธุรกิจต้องเผชิญกับต้นทุนการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่สูงขึ้น และอาจเกิดความล่าช้าในการดำเนินการตามกลยุทธ์ธุรกิจ

บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจในการจัดกิจกรรมทางการตลาดและบริการ ความเสี่ยงด้านการเมืองและข้อบังคับมีผลกระทบโดยตรงต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของนโยบายและข้อบังคับสามารถสร้างความไม่แน่นอนในการวางแผนงบประมาณและกลยุทธ์การตลาดของบริษัท การเปลี่ยนแปลงในข้อบังคับด้านการโฆษณา, ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และกฎระเบียบด้านการแข่งขันมักจะต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วของบริษัท เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้การมีพัฒนากลยุทธ์ที่ยืดหยุ่นในการบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการเมืองและข้อบังคับมีความจำเป็นอย่างมาก ซึ่งรวมถึงการติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มด้านนโยบายอย่างใกล้ชิด, การปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น และการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในอุตสาหกรรมเพื่อแบ่งปันข้อมูลและแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด

นอกจากนี้ การลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการจัดการข้อมูลที่ทันสมัยจะช่วยให้บริษัทสามารถรับมือกับข้อบังคับที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

¹²⁷ 9. Global Risks Report 2025, World Economic Forum <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2025/in-full/global-risks-2025-a-world-of-growing-divisions-c943fe3ba0/>

¹²⁸ 9. Global Risks Report 2025, World Economic Forum <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2025/in-full/global-risks-2025-a-world-of-growing-divisions-c943fe3ba0/>

ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองและข้อบังคับในปี 2025 มีแนวโน้มที่จะแปรปรวนสูงและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ โดยตรง ความไม่แน่นอนในนโยบายการเมืองและการเปลี่ยนแปลงในข้อบังคับสามารถก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นและความเสี่ยงในการลงทุน บริษัทฯ มีการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่นและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีความรัดกุม รวมถึงการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อคาดการณ์แนวโน้มของตลาดและการเปลี่ยนแปลงในนโยบาย เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนในระยะยาว

2. ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ฉุกเฉิน

ภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ฉุกเฉินกลายเป็นหนึ่งในปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้และมีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจทั่วโลก โดยเฉพาะในภาคบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและบริการของ ซึ่งทุกกิจกรรมล้วนพึ่งพาการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและการขนส่งที่รวดเร็ว ภัยธรรมชาติและเหตุฉุกเฉินซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของ บริษัทฯ เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว พายุ ไฟป่า รวมถึงวิกฤตพลังงานหรือการระบาดของโรค ได้ทวีความรุนแรงและความถี่เพิ่มขึ้นในยุคปัจจุบัน โดยแนวโน้มในอนาคตชี้ให้เห็นว่าความเสี่ยงเหล่านี้จะส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อทุกด้านของธุรกิจ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องนอกจากนี้ เหตุการณ์ฉุกเฉินที่เกิดจากภัยธรรมชาติเหล่านี้ยังส่งผลให้เกิดความล่าช้าในห่วงโซ่อุปทานและเพิ่มต้นทุนการดำเนินงาน ทั้งในด้านการบำรุงรักษาและการประกันภัย

ในมุมมองด้าน ต้นทุนการดำเนินงาน ภัยน้ำท่วมยังคงเป็นภัยที่สร้างความเสียหายได้อย่างมหาศาล โดยสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงทำให้มีฝนตกหนักและเหตุการณ์น้ำท่วมฉับพลันเกิดขึ้นบ่อยขึ้น ทำให้สถานที่จัดงาน คลังสินค้า และอุปกรณ์จัดงานเสี่ยงต่อความเสียหายอย่างมาก บริษัทต้องเผชิญกับค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมอาคาร ค่าประกันภัยที่ปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงต้นทุนในการปรับปรุงระบบป้องกันภัยเพื่อป้องกันความเสียหายในอนาคต อีกทั้งภัยไฟป่าก็มีแนวโน้มเพิ่มความรุนแรงขึ้นเนื่องจากสภาพอากาศสุดขั้วและคลื่นความร้อนที่เกิดขึ้นบ่อยขึ้น ไฟป่าไม่เพียงแต่ทำลายทรัพย์สินเท่านั้น แต่ยังส่งผลให้การดำเนินงานในพื้นที่เกิดความล่าช้า สร้างความเสี่ยงต่อสุขภาพของพนักงานที่ปฏิบัติงานในพื้นที่

ในด้านผลกระทบต่อการใช้บริการและพฤติกรรมลูกค้า เมื่อเกิดภัยพิบัติ ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมการตลาดและบริการจัดงานอีเวนต์อาจต้องเผชิญกับการยกเลิกหรือเลื่อนงานทันที ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของลูกค้าในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เริ่มหันมาใช้บริการดิจิทัลในช่วงวิกฤต เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์หรือการสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชัน จะกลายเป็นแนวโน้มใหม่ที่ธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อรักษาฐานลูกค้าให้ได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น ลูกค้ายังคาดหวังว่าบริษัทจะมีแผนรับมือกับภัยพิบัติอย่างรัดกุม เช่น การมีระบบเตือนภัยล่วงหน้า และแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจที่ชัดเจน ซึ่งจะช่วยลดความเสียหายและป้องกันการหยุดชะงักของบริการในช่วงวิกฤต

บริษัทฯ จำเป็นต้องมีการเตรียมแผน ที่ครอบคลุมทุกมิติของการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นการซ่อมแซมโครงสร้าง การกู้คืนระบบไอที การฟื้นฟูโลจิสติกส์ รวมถึงการดูแลรักษาความปลอดภัยของพนักงานภัยธรรมชาติและเหตุการณ์ฉุกเฉินในอนาคต ยังคงเป็นความเสี่ยงภายนอกที่ บริษัทฯ ไม่สามารถควบคุมได้ แต่สามารถเตรียมพร้อมและลดผลกระทบได้ผ่านการวางแผนและการลงทุนในเทคโนโลยี รวมถึงการปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ แนวโน้มในอนาคตชี้ให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติที่ทวีความรุนแรงจะเป็นประเด็นสำคัญที่ธุรกิจต้องเผชิญอยู่เสมอ ซึ่งการมีแผนรับมือที่รัดกุมจะช่วยให้อุตสาหกรรมสามารถอยู่รอดและเติบโตในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้

3. ความเสี่ยงจากปัจจัยอื่นๆ

ในปี 2025 บริษัทฯ เผชิญกับปัจจัยแวดล้อมภายนอกหลากหลายด้านที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ความเสี่ยงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และ ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี ปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญและอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานและกลยุทธ์ของ บริษัทฯ การเข้าใจและเตรียมพร้อมรับมือกับความเสี่ยงเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อความอยู่รอดและการเติบโตอย่างยั่งยืน

พฤติกรรมการใช้จ่ายและความคาดหวังที่เปลี่ยนไป ซึ่งผู้บริโภคยุคปัจจุบันมีพฤติกรรมและความชื่นชอบที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ในช่วงปีที่ผ่านมาซึ่งเงินเฟ้ออยู่ในระดับสูง ผู้บริโภคจำนวนมากเริ่มระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น เห็นได้จากรายงานที่พบว่าผู้บริโภคกว่า 70% ปรับลดการซื้อสินค้าที่ไม่

จำเป็นลง¹²⁹ ท่ามกลางภาวะค่าครองชีพสูงและงบประมาณครัวเรือนที่ตึงตัว กล่าวคือ ผู้บริโภคจะใช้จ่ายอย่างรอบคอบขึ้น เลือกซื้อเฉพาะสินค้าที่จำเป็นหรือมองหาความคุ้มค่าสูงสุดจากเงินที่จ่ายไป แนวโน้มนี้นำไปสู่การบริโภคเชิงคุณค่ามากขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคยุคใหม่ยังให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท

ในปี 2024 ผลสำรวจเผยว่านักการตลาดดิจิทัลไทยเผชิญกับความท้าทายอย่างรุนแรงจากเศรษฐกิจที่ผันผวน และการเปลี่ยนแปลงของอัลกอริทึมโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้ประสิทธิภาพการสื่อสารและการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายลดลงอย่างชัดเจน แม้ว่าจะมีแนวโน้มที่น่าตื่นตาตื่นใจในการใช้ GenAI เพื่อยกระดับการทำงานตั้งแต่การระดมไอเดียจนถึงการบริการลูกค้า การผสานเทคโนโลยี GenAI เข้ากับกลยุทธ์ดิจิทัลจึงเป็นกุญแจสำคัญในการตอบสนองต่อความท้าทายนี้และเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว.

ผลสำรวจจาก Digital Marketing Trends Report 2025 ของ Content Shifu เปิดเผยว่า นักการตลาดดิจิทัลไทยจำนวนกว่า 692 คน ยืนยันว่าการเปลี่ยนแปลงของอัลกอริทึมและความผันผวนของเศรษฐกิจทำให้ผลการดำเนินงาน ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ส่งผลให้เม็ดเงินที่ลงทุนในตลาดดิจิทัลต้องมีการถูกปรับเปลี่ยน และนักการตลาด มีแนวโน้มที่จะเพิ่มงบประมาณขึ้นกว่า 60% เพื่อชิงความได้เปรียบในสนามรบดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์นี้ ความไม่แน่นอนและความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วยังคงเป็นเรื่องที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแม่นยำ¹³⁰หนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงของอัลกอริทึมโซเชียลมีเดีย ซึ่งส่งผลต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมาก แม้ว่า Facebook จะยังคงครองตลาดโซเชียลมีเดียอันดับหนึ่ง แต่ก็เริ่มส่งสัญญาณถดถอย ในขณะที่ YouTube, TikTok, LINE, Instagram และ Lemon8 กลับมีแนวโน้มการใช้งานที่เพิ่มสูงขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปนี้อาจทำให้แคมเปญการตลาดที่วางแผนไว้ล้าสมัยและไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ บริษัทฯ ควรพิจารณาปรับกลยุทธ์ในการรับมืออย่างเร่งด่วน

อีกหนึ่งความเสี่ยงที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงในช่องทางการขาย ดึงดูดผู้บริโภคด้วย “TikTok Shop” ที่สามารถแข่งหน้าคู่แข่งอย่าง Shopee และ Lazada ด้วยสัดส่วนการเข้าถึงที่สูงถึง 47.7% เทียบกับ 42.8% และ 35.8% ตามลำดับ ปัจจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคกำลังเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว และอาจทำให้ช่องทางการตลาดแบบเดิม ๆ ที่บริษัทใช้มีประสิทธิภาพลดลง ทำให้ความสามารถในการแข่งขันและการสร้างรายได้ของบริษัทฯ ถูกท้าทายอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ในฐานะที่บริษัทฯ เป็นผู้นำในตลาดการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้า บริษัทฯ จำเป็นต้องประเมินความเสี่ยงอย่างรอบคอบและพัฒนากลยุทธ์ใหม่ที่รวมเอาการปรับตัวทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคเข้าด้วยกันอย่างลงตัว เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจในระยะยาว

¹²⁹ Productsup – Top 10 Consumer Trends 2025 <https://www.productsup.com/blog/top-10-consumer-trends-shaping-up-in-2025/>

¹³⁰ thestandard ผลสำรวจปี 2024 นักการตลาดดิจิทัลไทยกว่าครึ่งผลงานพลาดเป้า จากเศรษฐกิจที่ผันผวนและการเปลี่ยนแปลงของอัลกอริทึม <https://thestandard.co/thai-digital-marketers-miss-target-2024/>

บทความนี้จัดทำโดยทีมวิจัยจากสถาบันวิชาการวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรม เศรษฐกิจและความเสี่ยงในปัจจุบัน ตลอดจนให้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจ

1. <https://www.marketconnectionsasia.com/companyinformation>
2. [https://www.fnsyrus.com/uploads/research/20231025MARKETCONNECTIONSASIA\(MCA_TB\)_TPTHB4.80.pdf](https://www.fnsyrus.com/uploads/research/20231025MARKETCONNECTIONSASIA(MCA_TB)_TPTHB4.80.pdf)
3. <https://www.longtunman.com/47352>
4. <https://www.kaohoon.com/news/712954>
5. <https://www.statista.com/statistics/1019041/thailand-digital-services-market-value/>
6. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-selling-factors-and-techniques>
7. <https://www.bot.or.th/th/news-and-media/news/news-20241031.html>
8. <https://today.line.me/th/v2/article/pez9llG>
9. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026>
10. <https://www.bangkokpost.com/business/general/2864873/thai-consumers-shift-focus-to-essentials>
11. <https://ciotechasia.com/big-data-and-analytics/spending-in-asia-pacific/>
12. <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/thailand>
13. <https://www.gartner.com/en/marketing/topics/marketing-budget>
14. <https://www.ditp.go.th/post/187210>
15. <https://www.nrct.go.th/file/7/report-budget-2567.pdf>
16. <https://www.nrct.go.th/file/7/report-budget-2567.pdf>
17. <https://www.ditp.go.th/post/187210>
18. <https://www.nrct.go.th/file/7/report-budget-2567.pdf>
19. <https://insight dentsu.com/2025-media-trends/>
20. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/how-generative-ai-can-boost-consumer-marketing>
21. <https://support.google.com/google-ads/answer/2471185>
22. <https://www.ditp.go.th/post/187210>
23. <https://www.nrct.go.th/file/7/report-budget-2567.pdf>
24. <https://www.ditp.go.th/post/187210>
25. <https://www.precedenceresearch.com/extended-reality-market>
26. <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-2025/>
27. https://www.un.org/development/desa/dpad/document_gem/global-economic-monitoring-unit/world-economic-situation-and-prospects-wesp-report/
28. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2025/01/17/world-economic-outlook-update-january-2025>
29. <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>
30. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/economy/global-economic-outlook-2025.html>
31. <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/mckinsey-global-economics-intelligence>
32. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/economy/global-economic-outlook-2025.html>
33. <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>
34. <https://www.scbeic.com/en/detail/product/trade-151124>
35. <https://www.scbeic.com/en/detail/product/outlook-q42024>
36. <https://www.scbeic.com/th/detail/product/outlook-q32024>
37. <https://techsauce.co/news/scb-eic-trump-impact-thai-economy-2025>
38. <https://www.scbeic.com/en/detail/product/trade-151124>
39. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/how-generative-ai-can-boost-consumer-marketing>
40. <https://www.krungsri.com/en/research/macroeconomic/economic-outlook/eo-2025>
41. <https://www.scbeic.com/en/detail/product/gdp-thai-200324>
42. <https://www.scbeic.com/th/detail/product/digital-wallet-230424>
43. <https://www.krungsri.com/th/research/macroeconomic/economic-outlook/eo-2025>
44. <https://thaipublica.org/2024/12/scb-eic-sees-thai-economy-existing-in-two-worlds/>
45. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/Thailand-industry-outlook-summary-2025-2027>
46. <https://thestandard.co/imf-thailand-economic-growth-forecast-2025/>

47. https://www.boj.go.th/upload/content/BOI_A_Guide_EN.pdf
48. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/Thailand-industry-outlook-summary-2025-2027>
49. <https://www.scbeic.com/en/detail/file/product/9509/gxps4fqrlg/Outlook-2Q2024-Full-report-ENG-20240704.pdf>
50. <https://www.reuters.com/markets/asia/thailand-start-second-stage-stimulus-programme-january-2024-11-19/>, <https://www.prachachat.net/general/news-1756107>
51. <https://www.scbeic.com/th/detail/product/digital-wallet-230424>
52. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/RETAIL-2025-CIS3561-FB-2025-02-20.aspx>
53. <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2024oct14.html> / <https://policywatch.thaipbs.or.th/article/economy-142>
54. <https://nida.ac.th/digital-money-of-10000-baht-and-the-sustainability-of-thai-economic-growth/> / <https://policywatch.thaipbs.or.th/article/economy-142>
55. <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/thai-economy/econ-publication/business-liaison-program/BLP-TH-2567-Q4.pdf>
56. <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/thai-economy/econ-publication/business-liaison-program/BLP-TH-2567-Q4.pdf>
57. https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_4956_trends.pdf
58. <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/2835343/digital-wallet-scheme-poses-credit-risk>
59. <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/thailands-flagship-14-bln-handout-scheme-suffers-early-snags-millions-rush-2024-08-01/>
60. <https://www.ft.com/content/9194ca11-7788-4a1d-a6cc-cffea18d0c9d>
61. <https://prt.parliament.go.th/server/api/core/bitstreams/50533fd7-4277-49a2-af66-63058cbe3332/content>
62. <https://thaipublica.org/2023/10/nida-sustainable-move54/>
63. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/our-roles/monetary-policy/mpc-publication/monetary-policy-report/mpr-box/MPR_2566_Q4_BOX3.pdf
64. <https://nida.ac.th/digital-money-of-10000-baht-and-the-sustainability-of-thai-economic-growth/>
65. <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/2835343/digital-wallet-scheme-poses-credit-risk>
66. <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>
67. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/getting-digital-transformation-right-in-resource-heavy-industries>
68. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/modern-trade-retail-market>
69. <https://americasmi.com/insights/retail-media-latin-america/>
70. <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>
71. <https://www.efinancethai.com/LastestNews/LatestNewsMain.aspx?id=50R5R1JmNOQ3bU9&ref=A>
72. <https://www.settrade.com/th/news-and-articles/articles/474-scb-eic-modern-trade-service>
73. <https://moneyandbanking.co.th/2024/133361/>
74. https://www.researchgate.net/publication/319981711_Retailing_in_emerging_markets_Trends_prospects_and_challenges
75. <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/black-friday-online-marketing-costs-jump-bidding-war-with-temu-shein-2024-11-27/>
76. <https://cse-net.org/the-future-of-corporate-sustainability-7-key-esg-trends-to-watch-in-2025-and-beyond/>
77. <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>
78. <https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9614/h0j0vkwlv0/Artwork-Business-intelligence-MODERN-TRADE-INDUSTRY-20241004.pdf>
79. <https://americasmi.com/insights/retail-media-latin-america/>
80. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026>
81. <https://www2.deloitte.com/th/en/pages/about-deloitte/articles/2025-thailand-economic-outlook.html>
82. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/Thailand-industry-outlook-summary-2025-2027>
83. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026>
84. <https://www.deloitte.com/uk/en/Industries/consumer/perspectives/retail-trends.html>
85. <https://hbr.org/2023/07/the-value-of-digital-transformation>
86. <https://www.accenture.com/us-en/insights/strategy/reinvented-with-accenture>
87. <https://www.trade.gov/southeast-asia-region-forecast>
88. <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/southeast-asia-third-party-logistics-market>
89. <https://www.imarcgroup.com/southeast-asia-logistics-market>
90. <https://www.technavio.com/report/retail-market-market-in-thailand-industry-analysis>
91. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/thailand-freight-and-logistics-market>
92. <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/worldwide>
93. <https://www.technavio.com/report/e-commerce-logistics-market-industry-in-southeast-asia-analysis>
94. <https://www.bringoz.com/the-future-of-retail-distribution-trends-to-watch-in-2024-and-beyond/>
95. <https://www.mckinsey.com/industries/logistics/our-insights/e-commerce-is-entering-a-new-phase-in-southeast-asia-are-logistics-players-prepared>
96. <https://www.bringoz.com/the-future-of-retail-distribution-trends-to-watch-in-2024-and-beyond/>
97. <https://www.technavio.com/report/e-commerce-logistics-market-industry-in-southeast-asia-analysis>



98. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/sales-marketing-business-process-outsourcing-market-report>
99. <https://www.statista.com/outlook/tmo/it-services/it-outsourcing/administration-outsourcing/thailand>
100. <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-20-08-24-en.html>
101. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/augmented-reality-market>
102. <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-20-08-24-en.html>
103. <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/thailand>
104. <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/blockchain-technology-market-90100890.html>
105. <https://hbr.org/2024/10/future-of-business-2024>
106. <https://www.databridgemarketresearch.com/reports/thailand-business-process-outsourcing-market>
107. <https://www.ittransition.com/machine-learning/recommendation-systems>
108. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/augmented-reality-market>
109. <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/build-better-kpis-artificial-intelligence>
110. <https://www.qlik.com/us/dashboard-examples/kpi-dashboards>
111. <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/blockchain-technology-market-90100890.html>
112. <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-20-08-24-en.html>
113. <https://www.mckinsey.com/industries/logistics/our-insights/e-commerce-is-entering-a-new-phase-in-southeast-asia-are-logistics-players-prepared>
114. <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2024/press-release-20-08-24-en.html>
115. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/sales-marketing-business-process-outsourcing-market-report>
116. <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/thailand>
117. https://www.researchandmarkets.com/reports/5775236/digital-marketing-market-report-forecast?srsltid=AfmBOorkOLcWbPIL4juTw726yEAyvNrT2_Yxk7GHbQa9kcqUqE9Imqrs
118. <https://www.statista.com/outlook/amo/advertising/thailand>
119. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/how-generative-ai-can-boost-consumer-marketing>
120. <https://www.boj.go.th/upload/digitalpromotion.pdf>
121. <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2024/10/22/world-economic-outlook-october-2024>
122. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/services/digital-software/io/io-digital-software-2023-2025>

4. การขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

4.1 นโยบายและเป้าหมายการจัดการด้านความยั่งยืน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาล และตามแนวทางการจัดการด้านความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนา และขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตด้วยความเอาใจใส่ต่อผู้มีส่วนได้เสีย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ

(ประกอบด้วย ข้อที่ 5 บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพิ่มบทบาทของสตรีและเด็กหญิงทุกคน, ข้อที่ 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ มีผลิตภาพ และการมีงานที่เหมาะสมสำหรับทุกคน, ข้อที่ 12 สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน, ข้อที่ 13 ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และผลกระทบที่เกิดขึ้น และข้อที่ 15 ปกป้อง พื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืนต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ)

โดยคำนึงถึงผลกระทบในการดำเนินธุรกิจที่มีต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ในทุกด้าน และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว บริษัทฯ ได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลโดยจัดทำเป็นนโยบายการจัดการด้านความยั่งยืน (Environmental, Social, Governance : ESG) เพื่อเป็นกลไกต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดี การดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ตลอดจนยึดมั่นในจรรยาบรรณและจริยธรรมทางธุรกิจในการดำเนินงาน

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากรของบริษัทฯ โดยดำเนินการให้มีกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร การเคารพสิทธิมนุษยชนตลอดห่วงโซ่อุปทานขององค์กร และจัดให้มีการอบรมให้บุคลากรของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ บริษัทฯ มีความเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าการเล็งเห็นถึงคุณค่า และความสำคัญของบุคลากรภายในบริษัทฯ สามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และการประสานงานในบริษัทฯ ให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และผลประโยชน์ของบริษัทฯ ก็จะดีขึ้นในที่สุด ตลอดจนสามารถนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน

อนึ่ง บริษัทฯ ยังมุ่งมั่นในการพัฒนาสังคม และชุมชนด้วยการสร้างประโยชน์ โดยการส่งเสริมทักษะความรู้ สร้างเสริมศักยภาพของชุมชน ตลอดจนแบ่งปันโอกาสทางการศึกษา เพื่อสร้างโอกาสยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมและชุมชน ให้ดีขึ้นทั้งด้านการศึกษา และด้านคุณภาพของชีวิต

4.2 การจัดการผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ (Value Chain)

4.2.1 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ

กิจกรรมหลัก

กิจกรรมหลัก	รายละเอียด
1. การติดต่อลูกค้า	ติดต่อลูกค้า นำเสนอแนวคิด และแผนการให้บริการ เพื่อสร้างมูลค่าทางธุรกิจให้ลูกค้า และทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการของบริษัทฯ อย่างต่อเนื่อง และเพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ รวมถึงเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าที่สุด
2. การจัดซื้อจัดจ้าง และการสรรหาบุคลากร	ให้บริการอย่างมีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน กำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับการคัดเลือก และการประเมินคุณค่า โดยคำนึงถึงความต้องการในด้านคุณภาพ ความเหมาะสมของราคา มาตรฐานในการให้บริการการส่งมอบงานบริการ หลังการขายการรับประกันสินค้าและบริการ ตลอดจนคำนึงถึงความปลอดภัย และอาชีวอนามัยในการทำงานทั้งต่อลูกค้า และผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน อีกทั้งจัดให้มีการพิจารณาอำนาจอนุมัติการทำธุรกรรมภายในบริษัทฯ และคู่มือการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างเป็นไปอย่างโปร่งใสตามวงเงินอนุมัติที่กำหนด อนึ่ง บริษัทฯ จะให้การสนับสนุนลูกค้าที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่ทำธุรกรรมกับบุคคลที่กระทำผิดกฎหมาย ทุจริตหรือคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ
3. การปฏิบัติการและการส่งมอบงาน	ดำเนินงาน และควบคุมการให้บริการ โดยส่งมอบพนักงาน และคอยประสานงานกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่พนักงานและลูกค้า
4. การบริการหลังการขาย	ดำเนินการติดตามเพื่อประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าเพื่อการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการรวมถึงจัดให้มีระบบการแจ้งข้อร้องเรียนของลูกค้า
5. การบริหารพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource)	สรรหาพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ที่มีคุณสมบัติเหมาะสม อบรมวิธีการทำงาน ผ่านทีมผู้ฝึกอบรมของบริษัทฯ ที่มีทักษะและความชำนาญ ในด้านการขาย รวมถึงบริหาร และควบคุมมาตรฐานการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมสนับสนุน

กิจกรรมสนับสนุน	รายละเอียด
1. การบริหารทรัพยากรบุคคล	จัดให้มีการสรรหา และฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ เพื่อสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ และเพื่อให้บริการด้วยทีมงานที่มีความเป็นมืออาชีพ สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า พร้อมเปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมสามารถนำศักยภาพที่ดีของตนเองมาปรับใช้ตามนโยบายของบริษัทฯ
2. การพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน	สนับสนุนให้มีความนวัตกรรมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ควบคู่ไปกับการสร้างประโยชน์ต่อสังคมโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่าย ถูกต้องแม่นยำ ทันเวลา และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

4.2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจ

บริษัทฯ ได้จัดกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับทุกกลุ่มทั้งภายใน และภายนอกบริษัทฯ โดยคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียตามกฎหมาย หรือข้อตกลงที่มีกับบริษัทฯ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ และได้กำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติในการตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย นำไปสู่การพัฒนาระบบการ เพื่อตอบสนองต่อข้อคิดเห็น ความต้องการ และความหวังดังนี้

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางและการมีส่วนร่วมของบริษัทฯ	การตอบสนองของบริษัทฯ
ผู้ถือหุ้น	- ผลการดำเนินงานที่ดีและมีความต่อเนื่อง - การกำกับดูแลกิจการที่ดี - บริษัทฯ มีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน - การเปิดเผยข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้องและทันต่อสถานการณ์	- การจัดประชุมผู้ถือหุ้น - การแสดงความคิดเห็นหรือแจ้งข้อร้องเรียนผ่านช่องทางรับเรื่องร้องเรียน	- กำกับดูแลให้ผู้ถือหุ้นได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมอย่างเท่าเทียมกัน ปกป้องสิทธิของผู้ถือหุ้น และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้น - บริหารงานและดำเนินงานด้วยความซื่อสัตย์ภายใต้กรอบการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีจรรยาบรรณทางธุรกิจ
ลูกค้า	- ได้รับบริการอย่างมีคุณภาพ มีมาตรฐานและถูกต้องตรงตามความต้องการ - การปฏิบัติตามข้อตกลง และสัญญาที่มีคุณธรรม และจริยธรรมต่อลูกค้า - ความรวดเร็วในการให้บริการ และการแก้ไขปัญหา - การรักษาความลับของข้อมูลของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	- การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า - ช่องทางในการแจ้งเบาะแสการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทางอีเมล หรือช่องทางไปรษณีย์ ถึงคณะกรรมการตรวจสอบ หรือผ่านช่องทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ	- กำกับดูแลกิจการอย่างโปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้ - ให้ความสำคัญต่อเรื่องร้องเรียน โดยกำหนดให้มีนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน - พัฒนาระบบการให้บริการเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
คู่ค้า	กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และปฏิบัติตามเงื่อนไขสัญญา หรือข้อตกลงที่เป็นธรรมและโปร่งใส	- ปฏิบัติตามกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และเงื่อนไขสัญญาอย่างสุจริต - จัดประชุมหารือกับคู่ค้าประจำปี เพื่อปรับปรุงพัฒนากระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และเงื่อนไขสัญญาหรือข้อตกลงร่วมกัน - มีกระบวนการคัดเลือกและการตรวจสอบประเมินคู่ค้าประจำปี โดยมีการแจ้งผลและให้ข้อเสนอแนะกับคู่ค้า - ช่องทางในการแจ้งเบาะแสการทุจริตคอร์รัปชันผ่านช่องทาง	- กำหนดคู่มือปฏิบัติงานและนโยบายที่ชัดเจนเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ - ยึดมั่นในการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงจรรยาบรรณทางธุรกิจ - รักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าและปฏิบัติตามเงื่อนไขทางการค้า

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางและการมีส่วนร่วมของบริษัทฯ	การตอบสนองของบริษัทฯ
		อีเมล หรือช่องทางไปรษณีย์ ถึงคณะกรรมการตรวจสอบ หรือผ่านช่องทางเว็บไซต์ของ บริษัทฯ	
คู่แข่งทางการค้า	ปฏิบัติตามกรอบของการแข่งขันที่ดี เป็นธรรม และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม	- ไม่ดำเนินการใดๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม - ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม - ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาในทางเสื่อมเสียโดยปราศจากข้อมูลความจริง - ดำเนินการแข่งขันทางธุรกิจอย่างโปร่งใส	- ดำเนินธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล และการกำกับดูแลกิจการที่ดี - ยึดมั่นหลักความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ
พนักงาน	- ผลตอบแทนและสวัสดิการที่ดี มีโอกาสที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การทำงานและบริษัทฯ มีความมั่นคง - สภาพแวดล้อมและพื้นที่เหมาะสมต่อการทำงาน มีอุปกรณ์ใช้ในการปฏิบัติ - งานอย่างเพียงพอ และอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน ซึ่งรวมถึงการจัดสวัสดิภาพและความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน - การปฏิบัติที่เท่าเทียมกัน และเสมอภาค โดยไม่เลือกปฏิบัติ - มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ความต้องการ และข้อเสนอแนะต่างๆ ให้กับบริษัทฯ เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงในด้านต่างๆ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร - สามารถเข้าถึงข้อมูลสิทธิประโยชน์ และรับทราบข้อมูลประกาศ และข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน	- ปฏิบัติต่อพนักงานบนพื้นฐานแห่งความยุติธรรม ด้วยความเสมอภาค และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการถ่ายทอดความรู้ และความสามารถของพนักงาน โดยให้โอกาสกับพนักงานอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ - ช่องทางในการแจ้งเบาะแสการทุจริตคอร์รัปชัน ผ่านช่องทางดังนี้ - แจ้งได้โดยตรง - ต่อผู้บังคับบัญชาหรือ - ช่องทางอีเมล whistleblower@marketconnections.co.th หรือ - ช่องทางไปรษณีย์ถึงคณะกรรมการตรวจสอบ หรือ - ช่องทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ - รับฟังข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากพนักงานทุกระดับอย่างเท่าเทียม และเสมอภาค และส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการทำงาน รวมถึงการแก้ไขปัญหของหน่วยงาน และบริษัทฯ โดยรวม - กำกับดูแลเรื่องสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน รวมถึงสนับสนุนให้มีการจัดอบรมและพัฒนาความรู้ทักษะในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ	- กำหนดนโยบายและแผนงานด้านการพัฒนาบุคลากร - คำนึงถึงสวัสดิภาพของบุคลากรของบริษัทฯ - สร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดี - กำหนดมาตรฐานความปลอดภัย รวมถึงส่งเสริม และเน้นย้ำในความปลอดภัย และสุขอนามัยของบุคลากร - จัดสวัสดิการด้านต่างๆ สำหรับพนักงานตามที่กฎหมายกำหนด และสวัสดิการในด้านต่างๆ นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด - ดำเนินการแจ้งข้อมูลประกาศ และข่าวสารต่างๆ เพื่อให้บุคลากร รับทราบ ข้อมูล ข่าวสาร และ

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย	ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย	ช่องทางและการมีส่วนร่วมของบริษัทฯ	การตอบสนองของบริษัทฯ
			ผ่านทางอีเมลของบริษัทฯ การอบรมให้ความรู้พัฒนาศักยภาพทักษะ และส่งเสริมความก้าวหน้า รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาทักษะการทำงานในด้านอื่นๆ เพื่อเสริมศักยภาพให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ
ชุมชนและสิ่งแวดล้อม	- ป้องกันผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นต่อชุมชน - มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - แก้ไขปัญหาและบรรเทาผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานอย่างทันที่ - การเปิดโอกาส การมีส่วนร่วม และการรับฟังความคิดเห็นของชุมชนและสังคมโดยรอบ - การสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดีควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตทางธุรกิจ - การพัฒนาสภาพแวดล้อม และการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนและสังคม	- ในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ บริษัทฯ จะคำนึงถึงทางเลือกที่มีผลกระทบต่อความเสียหายของสังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้น้อยที่สุด - ให้การตอบสนองอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพต่อเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่กับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - ปฏิบัติและให้ความร่วมมือ หรือควบคุมให้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของกฎหมาย และกฎระเบียบที่ออกโดยหน่วยงานที่กำกับดูแล	- บริษัทฯ สนับสนุนให้บุคลากรทุกระดับตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ด้วยการปลูกฝังจิตสำนึกให้บุคลากรได้เข้าร่วมและเป็นส่วนหนึ่งในการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม - กำหนดนโยบายการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint) และนโยบายการจัดการด้านความยั่งยืน (Environmental, Social, Governance)

4.3 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสิ่งแวดล้อม

4.3.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ มุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานทุกขั้นตอน ดังนี้

- 1) ใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) บริหารทุกกระบวนการของการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานการใส่ใจ ดูแล รักษา เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้น และระยะยาว
- 3) ส่งเสริมให้ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อน้ำ อากาศ ดิน ป่าไม้ ระบบนิเวศ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมไปถึง
 - การลดก๊าซที่ก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Gas) ด้วยการตรวจสอบยานพาหนะที่ใช้ในการประกอบกิจการให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เพื่อป้องกันการเผาไหม้เชื้อเพลิงไม่สมบูรณ์
 - การบริหารจัดการไฟฟ้า และน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการให้ความรู้แก่พนักงานในการใช้ไฟฟ้า และน้ำอย่างรู้คุณค่าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำ
 - การลดการใช้วัสดุ อุปกรณ์สำนักงาน การนำกลับไปใช้ซ้ำ หรือรีไซเคิล การปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการที่เกี่ยวข้อง และการลดกิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดมลพิษ
 - การกำจัดของเหลือ หรือขยะอย่างถูกวิธี เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการขยะของเสียและมลพิษได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) ให้ความร่วมมือกับองค์กรระดับท้องถิ่น และนานาชาติ ในด้านการบริหารจัดการทรัพยากร ดูแลสิ่งแวดล้อม การปรับตัวและการบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้มีแผนติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ที่สำนักงาน/โกดัง เพื่อลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นไปสู่เป้าหมายระยะยาวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ Carbon Neutrality ภายในปี 2575

4.3.2 ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

- 1) การใช้พลังงาน บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างถูกวิธี และไม่สิ้นเปลืองพลังงาน มีขั้นตอนการบริหารจัดการการใช้ไฟฟ้าภายในองค์กร โดยให้ความรู้แก่พนักงานในองค์กร และรณรงค์ให้พนักงานใช้ไฟฟ้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- 2) การใช้น้ำ บริษัทฯ มีการอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า และให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีการควบคุมภายในองค์กรไม่ให้เกิดการใช้ทรัพยากรน้ำไปอย่างสิ้นเปลือง
- 3) การจัดการขยะ ของเสียและมลพิษ บริษัทฯ สนับสนุนให้พนักงานลดการใช้วัสดุ อุปกรณ์สำนักงาน และให้มีการนำกลับไปใช้ซ้ำ หรือรีไซเคิล เพื่อลดขยะที่อาจเกิดขึ้นจากอุปกรณ์สำนักงานต่างๆ รวมไปถึงการปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดขยะน้อยที่สุด และมีการจัดการกับขยะหรือของเสียที่เกิดขึ้นด้วยวิธีที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดมลพิษต่อสังคมน้อยที่สุด อีกทั้งบริษัทฯ ได้มีการประสานงานกับร้านขายน้ำในการให้ส่วนลดเมื่อนำแก้วส่วนตัวมาใช้ เพื่อรณรงค์ลดการทิ้งขยะแก้วพลาสติกในองค์กร

รูปภาพรณรงค์ใช้แก้วส่วนตัวแทนแก้วพลาสติก



- 4) การจัดการเพื่อลดปัญหาก๊าซเรือนกระจก การเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศโลกอันเกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดภาวะโลกร้อน ดังนั้น บริษัทฯ จึงมีความมุ่งมั่นในการร่วมแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยบริษัทฯ ให้คำมั่นว่าจะดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงจะทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้มากที่สุด
- 5) บริษัทได้ดำเนินการทวนสอบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรร่วมกับองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) เพื่อประเมินปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างเป็นระบบ และกำหนดแนวทางในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลการทวนสอบในปี 2566 พบว่าปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ จำแนกตามขอบเขตการปล่อย ได้แก่
 - Scope 1 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางตรงจากแหล่งที่องค์กรควบคุม (Direct GHG Emissions) และ
 - Scope 2 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมจากการใช้พลังงานไฟฟ้าและพลังงานอื่นๆ (Energy Indirect GHG Emissions) มีปริมาณ 925 ตัน CO₂e ต่อปี
 - Scope 3 : การปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมอื่นๆ จากกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทาน (Other Indirect GHG Emissions) มีปริมาณ 1,129 ตัน CO₂e ต่อปี

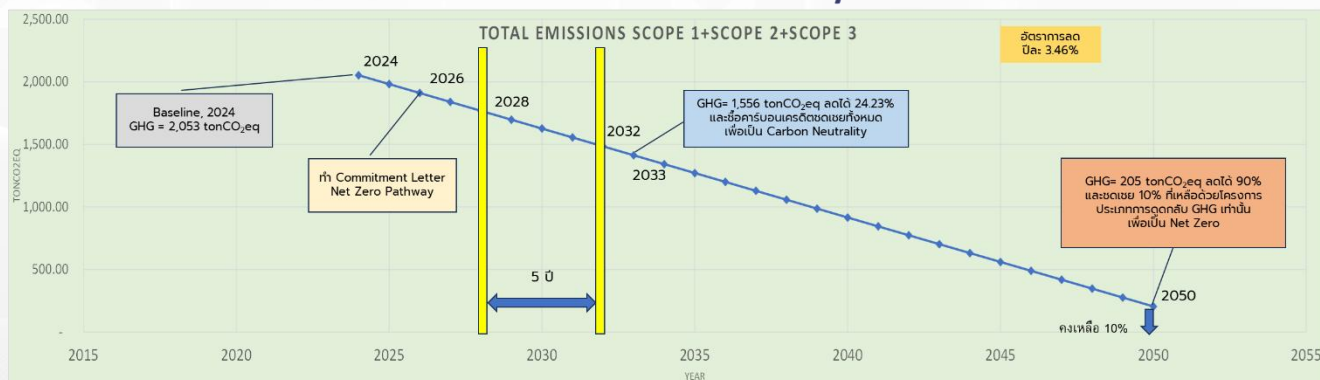


บริษัทตั้งเป้าเพื่อเป็น Net Zero pathway และ Carbon Neutrality ภายในปี 2576 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ปี 2567 ถูกกำหนดให้เป็นปีฐาน
- Commitment Letter ภายในปี 2569 ซึ่งภายในปี 2569 เพื่อก้าวเข้าสู่ Net Zero Pathway
- ภายในช่วงปี 2571-2575 เก็บข้อมูลจำนวน 5 ปีต่อเนื่อง
- ภายในปี 2576 เป็น Net Zero Pathway และ Carbon Neutrality



Net Zero Pathway



- 6) บริษัทได้ดำเนินโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายในองค์กรโดยส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน เพื่อลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ในสำนักงานเพื่อลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล เป็นต้น

"E" Environmental (สิ่งแวดล้อม) หมวดพลังงานทดแทน Solar Rooftop					
แผงโซลาร์เซลล์	รายละเอียด		ระยะเวลาคืนทุน	ดำเนินการแล้วเสร็จ	ลดค่าใช้จ่าย
(แผง)	กำลังการผลิต (kW)	ค่าใช้จ่าย (บาท)	(ปี)		(บาท/ปี)
110	69.30	1,870,000.00	5	9 กรกฎาคม 2567	360,000.00



บริษัทได้ดำเนินการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ในสำนักงานเพื่อลดการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลและเริ่มใช้เมื่อเดือนกรกฎาคม 2567 เป็นต้นมา โดยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2567 สามารถลดพลังงานได้ 24,631 หน่วย และ ลดค่าไฟฟ้าได้ 133,577.20 บาท เมื่อเทียบกับปี 2566

ตารางเปรียบเทียบการใช้ไฟฟ้าภายใน MCA กรกฎาคม - ธันวาคม 2566-2567			
จำนวนที่ใช้	กรกฎาคม - ธันวาคม 2566	กรกฎาคม - ธันวาคม 2567	อัตราการเพิ่มขึ้น-ลดลง
จำนวนหน่วย (หน่วย)	69,859	45,228	ลดลง 24,631 หน่วย (คิดเป็นร้อยละ 35)
จำนวนเงิน (บาท)	422,239	288,661	ลดลง 133,577.20 บาท (คิดเป็นร้อยละ 32)

- 7) บริษัทได้ดำเนินมาตรการส่งเสริมการลดขยะพลาสติกและการรีไซเคิลภายในสำนักงานอย่างเป็น รูปธรรมโดยจัดให้มีจุดคัดแยกขยะเพื่ออำนวยความสะดวกในการแยกประเภทและนำกลับมาใช้ใหม่ ส่งผลให้บริษัทสามารถจำหน่ายขยะรีไซเคิลและสร้างรายได้ ดังนี้

- กล่องลังกระดาษ จำนวน 5,094 กิโลกรัม สร้างรายได้ 13,659.70 บาท

การจัดการขยะตามหลัก 3Rs

Reduce

- ลดการใช้ (คัดก่อนใช้) ควบคุมปริมาณการใช้ให้อยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยลดการใช้ การบริโภคทรัพยากรที่ไม่จำเป็น

จุดที่ 1 : หน้าอาคาร

จุดที่ 2 : หน้าห้องรับรองชั่วคราว

จุดที่ 3 : หน้าห้อง Operation

จุดที่ 4 : อื่น ๆ บริเวณตู้กดน้ำดื่ม

Reuse

- นำกลับมาใช้ซ้ำ (ใช้แล้วใช้อีก) การใช้ซ้ำ เป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด

กิจกรรมที่ 1 : ทำหมอนหลอดเพื่อผู้ป่วยติดเตียง

Recycle

- นำกลับมาใช้ใหม่ คัดแยกขยะมูลฝอยแต่ละประเภท ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หมุนเวียน

กิจกรรมที่ 2 : จากผาขวดสู่มือแว่นเสื้อ

กิจกรรมที่ 3 : ขวดน้ำพลาสติก คุณค่า พัฒนาสู่อาชีพและสิ่งแวดล้อม

- พลาสติกใส ฝาครอบ และแก้ว จำนวน 123 กิโลกรัม สร้างรายได้ 574.00 บาท

4.4 การจัดการด้านความยั่งยืนในมิติสังคม

4.4.1 นโยบายและแนวปฏิบัติด้านสังคม

บริษัทฯ มีนโยบายการจัดการด้านความยั่งยืน (Environmental, Social, Governance : ESG) โดยมีความตระหนัก และให้ความสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม และชุมชนโดยรอบ รวมทั้งใส่ใจดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจริยธรรม เคารพต่อสิทธิมนุษยชน และผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ผู้ถือหุ้น พนักงาน ชุมชนที่บริษัทประกอบกิจการอยู่ ลูกค้า เจ้าหนี้ คู่ค้า และหน่วยงานภาครัฐรวมถึงสังคม และประเทศชาติ ทางบริษัทฯ มุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจ โดยควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม และปฏิบัติตามข้อกำหนด กฎหมาย หรือข้อกำหนดอื่นๆ รวมทั้งแนวปฏิบัติสากลที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาสร้างรากฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่องอย่างยั่งยืน โดยมีนโยบายดังนี้

1) การกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีว่าเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่พนักงาน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ คณะกรรมการบริษัทฯ จึงจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีขึ้นเพื่อให้บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือสำหรับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และเพื่อประโยชน์ในการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน ตรงตามความมุ่งหวังของทั้งภาครัฐกิจ ผู้ลงทุน ตลอดจนตลาดทุนและสังคมโดยรวม บริษัทฯ จึงได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยยึดหลักปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทฯ จดทะเบียน ปี 2560 ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ

2) การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี รวมทั้งคุณธรรมและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน เป็นกรอบและแนวทางปฏิบัติให้ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงความเสมอภาค เป็นธรรมไม่เอารัดเอาเปรียบ มีความซื่อสัตย์และโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ ไม่เรียก ไม่รับ และจ่ายผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตในการค้ากับคู่ค้า และยึดกติกาของการแข่งขันอย่างเสมอภาคของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมทั้งสองฝ่าย การดำเนินธุรกิจกับคู่ค้าต้องไม่นำมาซึ่งความเสียหายต่อชื่อเสียงของบริษัทฯ หรือขัดต่อกฎหมาย เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ บริษัทฯ ได้กำหนดเป็นนโยบายของบริษัทฯ โดยให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้เสียภายใน อันได้แก่ พนักงานและผู้บริหารของ บริษัทฯ หรือผู้มีส่วนได้เสียภายนอก อันได้แก่ ลูกค้า เจ้าหนี้ ภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงแต่เฉพาะการปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการไม่กระทำการใดๆ ที่เป็นการละเมิด หรือลิดรอนสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้นด้วย

3) การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส ยึดมั่นในความถูกต้อง โดยจัดให้มีแนวทางในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริม และปลูกฝังให้ผู้บริหารและพนักงาน ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ไม่สนับสนุนให้มีการสร้างความสำเร็จของงานด้วยวิธีการทุจริต

4) การเคารพสิทธิมนุษยชน บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการเคารพสิทธิมนุษยชน โดยได้ตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรมนุษย์และประสงค์ที่จะให้พนักงานมีความภาคภูมิใจในองค์กร จึงได้ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานอย่างมีส่วนร่วมและมอบโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างเท่าเทียมกัน โดยพนักงานจะได้รับการพัฒนาส่งเสริมให้มีความรู้ความสามารถอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าและดำรงความเป็นเลิศในธุรกิจ

5) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม บริษัทฯ ให้ความสำคัญและตระหนักถึงความเท่าเทียมกัน โดยมีแนวปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติต่อบุคคลหนึ่งบุคคลใด เป็นไปตามคู่มือจรรยาบรรณและข้อพึงปฏิบัติในการทำงาน (Code of Conduct) ซึ่งใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคน โดยถือว่าข้อปฏิบัติในคู่มือจรรยาบรรณและข้อพึงปฏิบัติในการทำงานเป็นส่วนหนึ่งของ “ระเบียบและข้อบังคับพนักงาน” ที่พนักงานพึงปฏิบัติ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ดำเนินการชี้แจงเรื่องจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจให้กับพนักงานทุกคนรับทราบในวันแรกของการเข้าร่วมงานกับบริษัทฯ และยังได้เน้นย้ำรายละเอียดในหลักสูตรการฝึกอบรมของพนักงาน

6) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค นอกเหนือจากการปฏิบัติตามกฎหมายแล้ว บริษัทฯ ยังมีนโยบายให้พนักงานทุกคนปฏิบัติหน้าที่ตามหลักจริยธรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าหรือคู่ค้า ดังนี้

6.1) ลูกค้า

- มุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามเงื่อนไขทางธุรกิจที่มีต่อลูกค้าอย่างเคร่งครัด มีความเป็นธรรมและเชื่อถือได้
- มุ่งมั่นที่จะให้ข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้อง ทันเวลา และส่งเสริมการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

6.2) คู่ค้าและคู่สัญญา

- มุ่งมั่นในการจัดหาสินค้าและให้บริการอย่างมีมาตรฐาน ภายใต้หลักการแข่งขันบนฐานข้อมูลที่เท่าเทียมกัน มีหลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกคู่ค้าและคู่สัญญา จัดทำรูปแบบสัญญาที่เหมาะสม จัดการให้มีระบบการจัดการและติดตามเพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาอย่างครบถ้วนและป้องกันการทุจริตและประพฤติมิชอบในทุกขั้นตอนของกระบวนการจัดหา กรณีที่จะไม่สามารถปฏิบัติตามได้ต้องรีบเจรจากับคู่ค้าเป็นการล่วงหน้า เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย และมีหลักการจ่ายเงินให้แก่คู่ค้า และคู่สัญญาตรงเวลา ตามเงื่อนไขการชำระเงินที่ตกลงกัน
- มุ่งมั่นในการพัฒนา และรักษาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับคู่ค้าและคู่สัญญาที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจนในเรื่องคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่คู่ค้าหรือคู่สัญญามีมูลค่าเงิน คุณภาพทางเทคนิค และมีความเชื่อถือซึ่งกันและกัน
- ห้ามพนักงานเรียกรับ หรือรับผลประโยชน์ใดๆ ที่ไม่สุจริตหรือเป็นผลประโยชน์ส่วนตัวจากคู่ค้าและคู่สัญญา

7) ความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ด้วยตระหนักว่าบริษัทฯ เป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ร่วมก้าวเดินไปสู่การพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนสืบไป บริษัทฯ จึงได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจภายใต้ความรับผิดชอบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม

8) การมีนวัตกรรม และเผยแพร่นวัตกรรมซึ่งได้จากการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย บริษัทฯ จะสนับสนุนให้มีนวัตกรรมทั้งในระดับกระบวนการทำงานในองค์กร และในระดับความร่วมมือระหว่างองค์กร ซึ่งหมายถึงการทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีใหม่ ๆ และยังสามารถหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด และการบริการเพื่อเพิ่มมูลค่า เป้าหมายของนวัตกรรมคือการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก เพื่อทำให้สิ่งต่างๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นและก่อให้เกิดประสิทธิผลที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมสูงสุด การเผยแพร่ นวัตกรรมถือเป็นความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการสื่อสารและเผยแพร่ให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย รับทราบทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลข่าวสารของบริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ได้อย่างทั่วถึง

9) การดำเนินงานและการจัดทำรายงาน

9.1) การดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย กำหนดให้คณะกรรมการบริษัทฯ เป็นผู้แต่งตั้งคณะทำงานกำกับดูแลกิจการ และรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดให้มีจำนวนสมาชิกไม่น้อยกว่า 3 คน และคณะทำงาน กำกับดูแลกิจการ และรับผิดชอบต่อสังคมคัดเลือกสมาชิก 1 คน ทำหน้าที่เป็นประธานคณะทำงานกำกับดูแลกิจการ และรับผิดชอบต่อสังคม

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งเน้นการปลูกฝังพนักงานให้เข้าใจเป้าหมายขององค์กร และปฏิบัติงานโดยตระหนักถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม รวมถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทฯ ทำการสื่อสารนโยบายการจัดการด้านความยั่งยืน ให้พนักงานทุกคนเข้าใจ โดยผ่านนโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ซึ่งได้ประกาศให้ทราบโดยทั่วกันเพื่อให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามได้ถูกต้องไปในทิศทางเดียวกัน อีกทั้งส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ในการสร้างเสริมความตระหนักในการมีส่วนร่วม และสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมของบุคลากรภายในบริษัทฯ คณะทำงานกำกับดูแลกิจการ และรับผิดชอบต่อสังคมจะพิจารณาแนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สิทธิมนุษยชน และสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงสถานะทางการเงิน และผลประกอบการของบริษัทฯ เพื่อกำหนดงบประมาณ และรูปแบบในการดำเนินกิจกรรมสำหรับรอบปีนั้นๆ

9.2) กระบวนการจัดทำรายงาน บริษัทฯ คำนึงถึงกรอบแนวทางปฏิบัติ ในการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตามนโยบายที่กำหนด และจะดำเนินการจัดเก็บข้อมูลในการปฏิบัติตามแนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และจัดทำรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายการจัดการด้านความยั่งยืนเป็นรายปี เพื่อนำเสนอต่อผู้บริหาร คณะกรรมการ โดยจะมีการเปิดเผยในรูปแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี เพื่อเผยแพร่ภายหลังการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ

10) การกำหนดนโยบายการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงสนับสนุนส่งเสริมการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกให้เกิดประโยชน์ ต่อองค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศ นำองค์กรเข้าสู่สังคมคาร์บอนต่ำ เพื่อตอบสนองนโยบายของประเทศไทย ในการลดก๊าซเรือนกระจก สอดคล้องกับนโยบายของรัฐและข้อตกลงตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (United Nations Framework Convention on Climate Change : UNFCCC) บริษัทฯ จึงประกาศใช้นโยบายการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก และแผนการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ

4.4.2 ผลการดำเนินงานด้านสังคม

4.4.2.1 กิจกรรมภายในบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้มีการดำเนินงานด้านกิจกรรมเพื่อสังคมตลอดจนปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานมีความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อบริษัทฯ และสังคมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยบริษัทฯ ได้มีการดำเนินกิจกรรมภายในองค์กร ดังนี้

1) จัดอบรมเสริมความรู้และทักษะ ให้กับพนักงานประจำ และพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ของบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ

- I. ประจำ ของบริษัทฯ ปี 2567 มีการจัดอบรมเสริมทักษะ ทั้งหมด 9 หัวข้อ จำนวน 6 ชั่วโมง (On The Job Training / Sale Skill / Chat GPT 4.0 ขั้นพื้นฐาน / Negotiation (การเจรจาต่อรอง) / Green Office Model / Vision / การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ / Generative AI for Productivity Boost / Power Of Communication (เสริมพลังทีมเวิร์ค)
- II. พนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) สำหรับพนักงานผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ทุกคน จะต้องผ่านการอบรมหลักการปฏิบัติงาน ความรู้เกี่ยวกับสินค้า และฝึกการปฏิบัติงานจริง ก่อนที่จะออกไปปฏิบัติงานให้ลูกค้า โดยกำหนดให้พนักงานแนะนำสินค้า (Product Consultant) จะต้องอบรมประมาณ 4-5 ชั่วโมง และพนักงานจัดเรียงสินค้า (Merchandiser) จะต้องอบรมประมาณ 3-4 ชั่วโมง จัดกิจกรรมในด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน โดย การปลูกจิตสำนึก สร้างความตระหนักด้านความปลอดภัยในการทำงาน เช่นกิจกรรม CPR ปฐมพยาบาลเบื้องต้น การป้องกันและระงับอัคคีภัย รวมไปถึงการตรวจสอบสภาพพนักงาน

2) กำหนดให้มีการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อนำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาพัฒนาคุณภาพการบริการของบริษัทฯ

3) ส่งเสริมในด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน โดยมุ่งเน้นที่จะเป็นองค์กรที่ไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงาน พร้อมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีให้กับบุคลากรและสังคมเป็นหลัก

4) สนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงานและการสร้างโอกาสทางอาชีพ

4.1 ว่าจ้างผู้พิการมาทำงานเป็นพนักงานประจำของบริษัทฯ ตามเงื่อนไขที่กำหนดในพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีการจ้างงานผู้พิการจำนวน 5 อัตรา เพื่อส่งเสริมความเสมอภาคและสร้างโอกาสในการทำงานอย่างยั่งยืน

4.2 โครงการรับนักศึกษาฝึกงานจากมหาวิทยาลัยและสถาบันอาชีวศึกษา เพื่อให้โอกาสในการพัฒนาทักษะและประสบการณ์การทำงานจริง

แผนก	จำนวนคน	วันเริ่มฝึก	วันสิ้นสุด
แผนกเทคโนโลยีสารสนเทศ	1	15 กรกฎาคม 2567	15 สิงหาคม 2567
แผนกทรัพยากรบุคคล	1	18 พฤศจิกายน 2567	14 กุมภาพันธ์ 2568

สนับสนุนความหลากหลายและการพัฒนาทักษะพนักงาน ดังนี้

- สนับสนุนนโยบายการจ้างงานที่เปิดโอกาสให้กับบุคลากรที่มีความหลากหลาย ไม่จำกัดเพศ อายุ เชื้อชาติ หรือศาสนา
- จัดโครงการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพพนักงานในด้านต่างๆ เช่น ทักษะทางเทคโนโลยี “หลักสูตรการใช้ Generative AI (ChatGPT) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน”

4.4.2.2 กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อสังคมผ่านการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ประจำปี 2567 ดังนี้

- 1) ร่วมจัดโครงการภายใต้วิชาสัมมนา/การเรียนการสอนแบบ action learning ของนักศึกษา ชั้นปีที่ 4 ภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



- 2) กิจกรรมแยกขยะ ลดขยะ จากโรงเรียนสู่บ้าน และชุมชน ตามที่บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่อง การกำจัดขยะ ในปี 2565 – 2567 จำนวน 3 ปี ต่อเนื่อง จึงมีโครงการต่อยอดผ่านการสนับสนุนงบประมาณ สำหรับโครงการธนาคารขยะลดขยะแยกขยะจากโรงเรียนบ้านและชุมชนโดยร่วมกับโรงเรียนวัดนวลจันทร์ ซึ่งเป็นโครงการ ที่นักเรียนนำขยะที่สามารถรีไซเคิลได้ เช่น ขวดน้ำ กระดาษต่างๆ มาขายให้กับธนาคารขยะ และธนาคารจะบันทึก เป็นเงินกองกลางของแต่ละห้องเรียนโดยเมื่อมีกิจกรรมสร้างสรรค์ ครูประจำชั้นจะนำเงินกองกลางนี้มาใช้ในการ จัดกิจกรรมของห้องสำหรับขยะที่รับซื้อมาจากนักเรียนทาง โรงเรียนจะดำเนินการรวบรวมและแยกตาม ประเภทขยะก่อนขายต่อให้กับหน่วยงานภายนอกที่รับซื้อ ขยะรีไซเคิลโดยในปี 2567

จำนวนขยะที่โรงเรียน วัดนวลจันทร์ได้ดำเนินการผ่านโครงการธนาคารขยะ รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 724 กิโลกรัม ซึ่งลดลงกว่าปี 2566 จำนวน 530 กิโลกรัม เนื่องจากการร่วมรณรงค์ลดการใช้ขวดและหลอดพลาสติก

นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ชื้อขยะพลาสติกต่อจากโรงเรียนเพื่อมาทำกิจกรรม CSR ซึ่งทางบริษัทฯ เล็งเห็นว่าการดำเนินกิจกรรมช่วยเหลือ สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับการคัดแยก ขยะอย่างต่อเนื่อง จะเป็นการปลูกฝัง จิตสำนึกให้กับเยาวชน ให้ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมและการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์



3) กิจกรรมการจัดการขยะตามหลัก 3Rs (Reduce-Reuse-Recycle) เพื่อมุ่งเน้น ส่งเสริม ให้เกิดการจัดการขยะอย่างเป็นระบบด้วยการคัดแยก และกำจัดขยะอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม ทาง บริษัทจึงร่วมรณรงค์ สนับสนุน ปลูกจิตสำนึกให้บุคลากรทุกคนในองค์กร จัดการขยะตามหลัก 3Rs ดังนี้

- Reduce ลดการใช้ ควบคุมปริมาณการใช้ให้อยู่ในสัดส่วนที่พอเหมาะ ลดการใช้ การบริโภค ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นลง
- Reuse นำกลับมาใช้ซ้ำ การใช้ทรัพยากรน้อยอย่างคุ้มค่าที่สุด ผ่านการทำกิจกรรมการทำหมอน หลอดเพื่อผู้ป่วยติดเตียง
- Recycle นำกลับมาใช้ใหม่ มีการคัดแยกมูลฝอยพลาสติกแต่ละประเภท มาผ่านกระบวนการแปรรูปที่เหมาะสมเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ผ่านกิจกรรมจากฟางขวดสู่ม้าแขวนเสื้อ และกิจกรรมทำไม้กวาดจากขวดน้ำพลาสติก



5. การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ (MD&A)

รายการ	ปี 2567	ปี 2566	การเปลี่ยนแปลง	
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้การขายและบริการ	657.54	471.12	186.42	39.57
ต้นทุนขายและบริการ	542.31	365.63	176.68	48.32
กำไรขั้นต้น	115.23	105.48	9.75	9.24
อัตรากำไรขั้นต้น	17.52%	22.39%		
ค่าใช้จ่ายในการขาย	39.78	27.18	12.60	46.34
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	51.93	48.01	3.92	8.17
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	91.71	75.19	16.52	21.97
อัตราค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	13.95%	15.96%		
รายได้อื่น	1.30	0.67	0.63	94.14
รายได้รวม	658.85	471.79	187.06	39.65
ต้นทุนทางการเงิน	0.11	1.15	-1.04	-90.43
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	24.72	29.65	-4.93	-16.63
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4.74	4.53	0.21	4.64
กำไรสุทธิ	19.97	25.12	-5.15	-20.49
กำไรสุทธิเบ็ดเสร็จรวม	20.44	25.63	-5.19	-20.25
อัตรากำไรสุทธิ	3.10%	5.32%		

รายได้และกำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีรายได้รวมปี 2567 เท่ากับ 658.85 ล้านบาท รายได้รวมเติบโตขึ้น ร้อยละ 39.65 กำไรสุทธิที่ลดลง เนื่องจากมีปริมาณของงาน Outsourcing ที่เป็นงานระยะยาวเพิ่มขึ้น และมีค่าใช้จ่ายขายและบริหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.97 จากการลงทุนและขยายธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง

ต้นทุนขายและบริการ

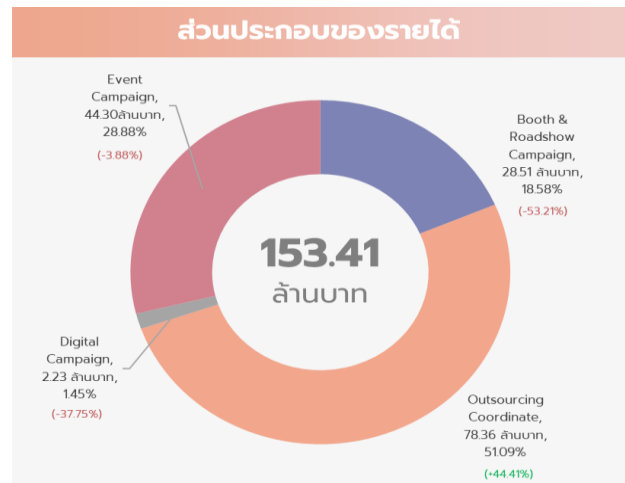
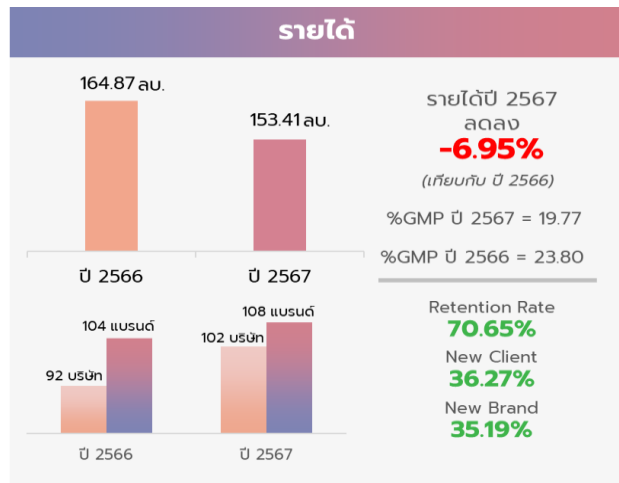
บริษัทฯ มีต้นทุนขายและบริการ ปี 2567 เท่ากับ 542.31 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 48.32 ตามอัตราส่วนของรายได้ที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าและต้นทุนของงาน Outsourcing

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายขายและบริหารปี 2567 เท่ากับ 91.71 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.97 เป็นค่าใช้จ่ายขาย 39.78 ล้านบาทและค่าใช้จ่ายบริหาร 51.93 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายขายเพิ่มในอัตราที่สูงขึ้น เนื่องจากยังมีการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า จึงทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมามาของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

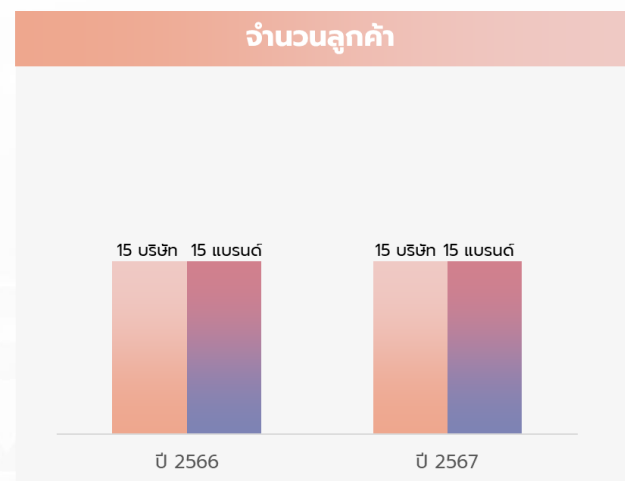
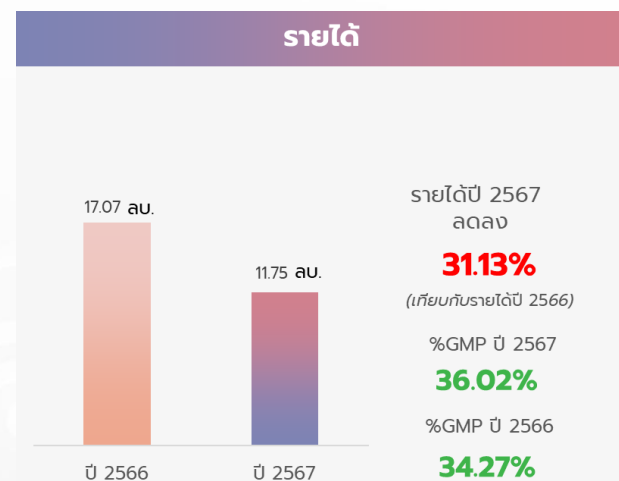
รายได้จากบริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล



รายได้ปี 2567 เท่ากับ 153.41 ล้านบาท เมื่อเทียบกับรายได้ปี 2566 เท่ากับ 164.87 ล้านบาท รายได้ลดลง 11.46 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 6.95 และบริษัทมีลูกค้าที่ให้บริการปี 2567 เท่ากับ 102 บริษัท 108 แบรนด์ เมื่อเทียบกับลูกค้าปี 2566 เท่ากับ 92 บริษัท 104 แบรนด์ ลูกค้าเพิ่มขึ้น 10 บริษัท 4 แบรนด์ ซึ่งเป็นลูกค้าเก่าที่ทำงานต่อเนื่องมาร้อยละ 70.65 และมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.27 แบรนด์ใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.19

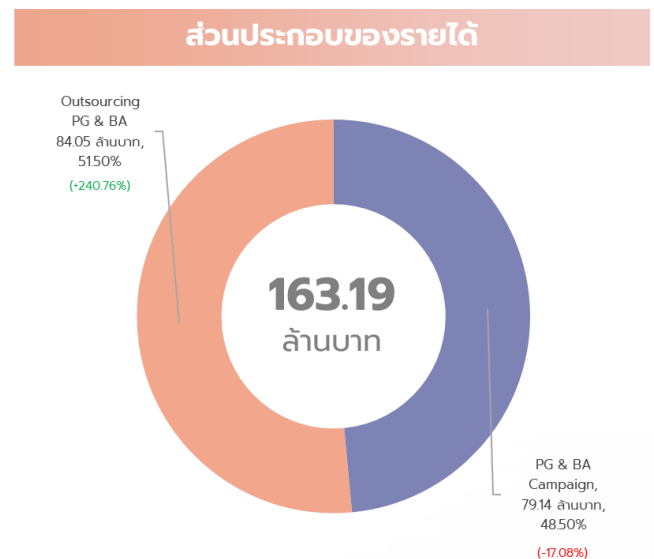
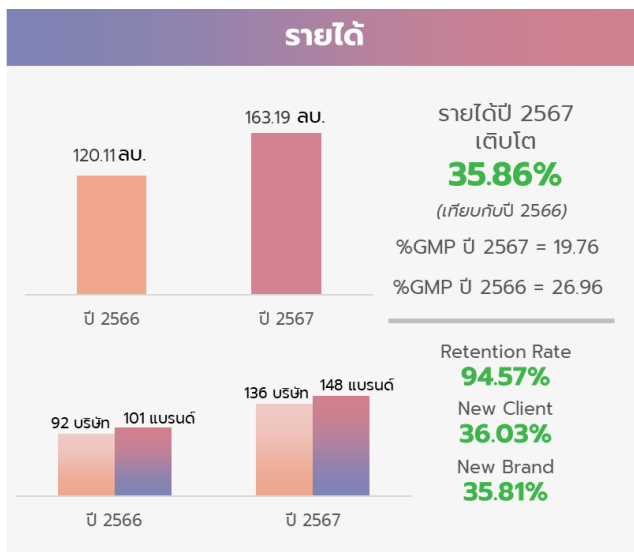
ธุรกิจบริการแคมเปญลดลง เนื่องจากการชะลอตัวของผู้ประกอบการและ บริการด้าน Outsourcing Coordinate มีปริมาณงานเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีลักษณะการว่าจ้างงานแบบต่อเนื่องและเป็นสัญญาระยะยาว และ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาการให้บริการด้าน Digital เพื่อให้เติบโตและมีศักยภาพในการให้บริการ ก้นต่อการแข่งขันกับภาวะความต้องการของตลาด ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ร่วมลงทุนในบริษัทผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และโครงสร้าง เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน และบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทฯ คาดการณ์ว่าจะสามารถเพิ่มรายได้มากยิ่งขึ้น

รายได้จากบริการบรรจุและจัดส่งสินค้า



รายได้ปี 2567 เท่ากับ 11.75 ล้านบาท เมื่อเทียบกับรายได้ปี 2566 เท่ากับ 17.07 ล้านบาท รายได้ลดลง 5.31 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 31.13 และบริษัทมีลูกค้าที่ให้บริการ ปี 2567 เท่ากับ 15 บริษัท 15 แบรนด์ เท่ากับปี 2566 ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นให้บริการที่ครอบคลุม ที่มีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการให้บริการด้านการจัดส่งสินค้า ทั้งในเรื่องของการบรรจุหีบห่อ, การติดตั้งบูธและบำรุงรักษา รวมถึงการรื้อถอนโครงสร้าง และการติดตามสินค้า ผ่านระบบ Application เพื่อช่วยให้การบริการครบวงจร

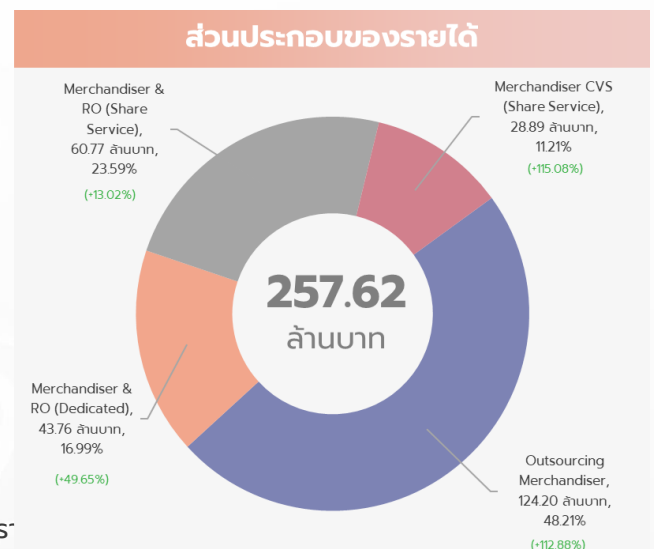
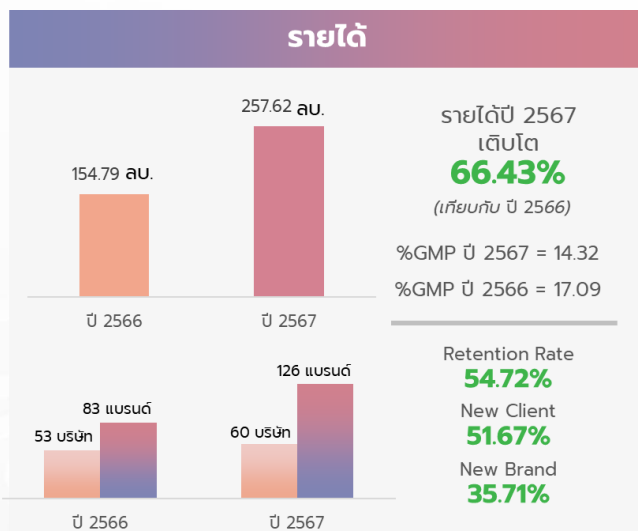
รายได้จากพนักงานแนะนำสินค้า



รายได้ปี 2567 เท่ากับ 163.19 ล้านบาท เมื่อเทียบกับรายได้ปี 2566 เท่ากับ 120.11 ล้านบาท รายได้เพิ่มขึ้น 43.08 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.86 บริษัทมีลูกค้าที่ให้บริการปี 2567 เท่ากับ 136 บริษัท 148 แบรนด์ เมื่อเทียบกับลูกค้าปี 2566 เท่ากับ 92 บริษัท 101 แบรนด์ ลูกค้าเพิ่มขึ้น 44 บริษัท แบรนด์เพิ่มขึ้น 47 แบรนด์ โดยเป็นลูกค้าเก่าที่ทำงานต่อเนื่องมา ร้อยละ 94.57 และมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 36.03 แบรนด์ใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 35.81

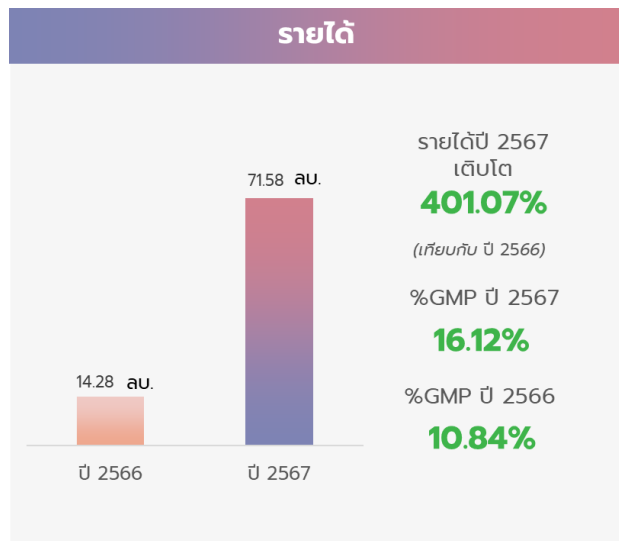
บริษัทฯ เพิ่มปริมาณงานบริการด้าน Outsourcing PG, BA มากขึ้นโดยเป็นการบริหารจัดการพนักงานขายสินค้าในรูปแบบพนักงานประจำที่ทำงานต่อเนื่องสัปดาห์ละ 5 วัน

รายได้จากบริการจัดเรียงสินค้า



102.83 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 66.43 และบริษัทมีลูกค้าที่ให้บริการปี 2567 เท่ากับ 60 บริษัท 126 แบรนด์ เมื่อเทียบกับลูกค้าปี 2566 เท่ากับ 53 บริษัท 83 แบรนด์ ลูกค้าเพิ่มขึ้น 7 บริษัท 43 แบรนด์ ซึ่งเป็นลูกค้าเก่าที่ทำงานต่อเนื่องมา ร้อยละ 54.72 และมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 51.67 แบรนด์ใหม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 35.71 รายได้จากบริการจัดเรียงสินค้าเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการขยายพื้นที่บริการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ และเพิ่มปริมาณงานบริการด้าน Outsourcing Merchandiser

รายได้จากการจัดจำหน่ายสินค้า



รายได้ปี 2567 เท่ากับ 71.58 ล้านบาท รายได้ปี 2566 เท่ากับ 14.28 ล้านบาท รายได้เพิ่มขึ้น 57.29 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 401.07 เนื่องจากบริษัทฯ ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศตั้งแต่วันที่ 15 สิงหาคม 2567 จากบริษัท สยามเฮลท์ จำกัด และปัจจุบันจำหน่ายสินค้ารวม 15 แบรนด์ ทำไรซ์ขึ้นต้นเพิ่มขึ้นจากปี 2566 ร้อยละ 10.84 เป็นร้อยละ 16.12 ธุรกิจผู้จัดจำหน่ายสินค้า เป็นธุรกิจใหม่ที่ทางบริษัทฯ ขยายขึ้นมาเพื่อให้มีการบริการที่ครบวงจร และตอบโจทย์ ความต้องการของตลาดในกลุ่มเจ้าของสินค้าที่มองหาผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่มีความเชี่ยวชาญในการขายและการตลาด สามารถช่วยให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และมียอดขายที่เติบโตมากยิ่งขึ้น

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

6.1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทฯ

ชื่อบริษัท	:	บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชันส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร โดยสามารถแบ่งบริการหลักออกเป็น 5 บริการ ดังนี้ 1) บริการจัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล 2) บริการบรรจุและจัดส่งสินค้า 3) บริการพนักงานแนะนำสินค้า 4) บริการจัดเรียงสินค้า และ 5) ผู้จัดการจำหน่ายสินค้า
เลขทะเบียนบริษัทฯ	:	0107566000160
โทรศัพท์	:	02-118-3999
เว็บไซต์บริษัทฯ	:	www.marketconnectionsasia.com
ทุนจดทะเบียน	:	115,000,000.00 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	115,000,000.00 บาท
มูลค่าหุ้นที่ตราไว้	:	หุ้นละ 0.50 บาท

6.2 รายละเอียดนิติบุคคลที่บริษัทฯ ถือหุ้นทางตรงตั้งแต่ร้อยละ 10.00 ขึ้นไปของจำนวนทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว

-ไม่มี-

6.3 เลขานุการบริษัท

ชื่อบริษัท	:	นางสาวจงรัก ฐานิสโร
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230
โทรศัพท์	:	02-1183999 ต่อ 308 e-mail: secretary@marketconnections.co.th

6.4 นักลงทุนสัมพันธ์

ชื่อบริษัท	:	นางสาวจริญญา เมฆใหม่
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230
โทรศัพท์	:	02-1183999 ต่อ 201 e-mail: ir@marketconnections.co.th

6.5 นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์	:	02-009-9999

6.6 ผู้สอบบัญชี

บริษัท	:	บริษัท สยาม กรุ๊ป สอบบัญชี จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 338 อาคาร เอ ชั้น 8 โครงการปรีชาคอมเพล็กซ์ ถนนรัชดาภิเษก ซอยรัชดาภิเษก 20 แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์	:	02-275-9599

6.7 ที่ปรึกษากฎหมาย

บริษัท	:	บริษัท อารยา แอนด์ พาร์ทเนอร์ส จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 973 อาคารเพรสซิเด็นท์ ทาวเวอร์ ชั้น 6 จี ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
โทรศัพท์	:	02-656-0606

6.8 ผู้ตรวจสอบระบบควบคุมภายใน

บริษัท	:	บริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 19 ซอยลาดพร้าว 120 ถนนลาดพร้าว แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
โทรศัพท์	:	02-530-6886

6.9 ข้อมูลสำคัญอื่น

6.9.1 ข้อมูลอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน

-ไม่มี-

6.9.2 ขั้จำกัดของผู้ถือหุ้นในต่างประเทศ

-ไม่มี-

6.10 ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ ไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายซึ่งอาจก่อให้เกิดผลเสียหายต่อทรัพย์สินของ บริษัทฯ เกินกว่าร้อยละ 5.00 ของส่วนของผู้ถือหุ้น และไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้บริษัทไม่มีข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับการจ้างแรงงาน หรือการทุจริตคอร์รัปชัน และการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญแต่ประการใด



ส่วนที่ 2

การกำกับดูแลกิจการ

7. นโยบายการกำกับดูแลกิจการ

7.1 ภาพรวมของนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่พนักงาน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ดังนั้นคณะกรรมการบริษัทฯ จึงได้เห็นควรให้มีการจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีขึ้น โดยครอบคลุมเนื้อหาหลักการสำคัญตั้งแต่โครงสร้าง บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ จนถึงหลักการในการบริหารงานของผู้บริหารอย่างโปร่งใส ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานใดๆ ของบริษัทฯ เป็นไปด้วยความเป็นธรรมและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

เพื่อให้บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือสำหรับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และเพื่อประโยชน์ในการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน ตรงตามความมุ่งหวังของทั้งภาครัฐกิจ ผู้ลงทุน ตลอดจนตลาดทุนและสังคมโดยรวม บริษัทฯ จึงได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยยึดหลักปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ โดยคณะกรรมการบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ให้ครอบคลุมหลักปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) 8 หลักปฏิบัติ ดังนี้

หลักปฏิบัติ 1 : บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

หลักปฏิบัติ 2 : วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ

หลักปฏิบัติ 3 : เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ

หลักปฏิบัติ 4 : สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร

หลักปฏิบัติ 5 : ส่งเสริมวัฒนธรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

หลักปฏิบัติ 6 : ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม

หลักปฏิบัติ 7 : รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล

หลักปฏิบัติ 8 : สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

ทั้งนี้ ข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการกำกับดูแลกิจการปรากฏตามเอกสารแนบ “นโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ ฉบับเต็ม” และจรรยาบรรณธุรกิจ ที่บริษัทฯ ได้จัดทำ “นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี”

7.2 นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัทฯ

บริษัทฯ มีนโยบายและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัทฯ การสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนกรรมการและผู้บริหาร ความเป็นอิสระของคณะกรรมการจากฝ่ายจัดการ โดยกำหนดให้ประธานกรรมการบริษัทฯ เป็นกรรมการอิสระ การพัฒนากรรมการผ่านการสนับสนุนให้เข้าอบรมหลักสูตรของหน่วยงานภายนอก เช่น สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) สถาบันวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นต้น และการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ประจำปีของกรรมการ รวมถึงการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม ทั้งนี้ ข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัทฯ ปรากฏตามเอกสารแนบ 5 “นโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ ฉบับเต็ม และจรรยาบรรณธุรกิจที่บริษัทฯ ได้จัดทำ” – “นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี”

7.2.1 การสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนกรรมการบริษัทฯ และกรรมการในคณะกรรมการชุดย่อย

ในการเสนอค่าตอบแทนคณะกรรมการให้ผู้ถือหุ้นอนุมัติ คณะกรรมการบริษัทฯ จะพิจารณาให้โครงสร้างและอัตราค่าตอบแทนมีความเหมาะสมกับความรับผิดชอบและจูงใจให้คณะกรรมการนำพาองค์กรให้ดำเนินงานตามเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

1. บริษัทฯ มีคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนเป็นผู้พิจารณาและกำหนดค่าตอบแทน โดยพิจารณาอย่างรอบคอบ ชัดเจน และโปร่งใส ตลอดจนพิจารณาถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับขอบเขต ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของกรรมการ และเปรียบเทียบอ้างอิงจากบริษัทที่เป็นอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันในระดับใกล้เคียงกัน ตลอดจนพิจารณาจากการขยายตัวทางธุรกิจและการเติบโตทางผลกำไรของบริษัทฯ ซึ่งสูงเพียงพอที่จะดึงดูด และรักษากรรกรรมการที่มีคุณสมบัติที่ต้องการไว้ได้ ทั้งนี้ โดยนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อพิจารณาเห็นชอบ และเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป อย่างไรก็ดี คณะกรรมการได้พิจารณาถ่วงถ่วงอย่างละเอียดในการกำหนดค่าตอบแทน โดยคำนึงถึงความเหมาะสมต่างๆ รวมถึงขอบเขตและหลักเกณฑ์ตามที่คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้พิจารณา
2. คณะกรรมการจะให้ความเห็นชอบให้เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อพิจารณาอนุมัติการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการเสมอ ทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน โดยพิจารณาและถ่วงถ่วงตามความเหมาะสม และคำนึงถึงการขยายตัวทางธุรกิจ ทั้งพิจารณาถึงผลการปฏิบัติหน้าที่ และผลงาน
3. บริษัทฯ ได้เปิดเผยนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการที่สะท้อนถึงภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมทั้งรูปแบบและจำนวนค่าตอบแทน โดยได้เปิดเผยไว้ในรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นแล้ว

7.2.2 การพัฒนากรรมการ

บริษัทฯ จะมีการจัดอบรม และให้ความรู้เกี่ยวกับองค์การเบื้องต้นสำหรับกรรมการคนใหม่ที่จะเข้ามาดำรงตำแหน่ง เพื่อให้เข้าใจเนื้อหา บกบาท หน้าที่ความรับผิดชอบต่างๆ โดยครอบคลุมทุกด้านเพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และพร้อมปรับตัวกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก และแนวทางการพัฒนาบริษัทฯ ในระยะยาว

1. บริษัทฯ กำหนดให้มีสมรรถนะสำหรับผู้บริหาร (Managerial Competency) เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาผู้บริหารให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ
2. บริษัทฯ จัดให้มีหลักสูตรการฝึกอบรมและแนวทางการพัฒนาอื่นๆ ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสมรรถนะสำหรับผู้บริหาร ให้กับผู้บริหารของบริษัทฯ
3. บริษัทฯ จัดให้มีการปฐมนิเทศผู้บริหารที่เข้าดำรงตำแหน่งใหม่ เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริหารสามารถปรับตัวเข้ากับบทบาท ความรับผิดชอบ และความคาดหวังของตำแหน่งใหม่ได้อย่างเหมาะสม
4. บริษัทฯ ส่งเสริมให้ผู้บริหารแบ่งปันประสบการณ์ในการทำงานแก่ผู้บริหารและพนักงานในบริษัทฯ เพื่อสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้และการพัฒนาภายในองค์กร

7.2.3 การสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทฯ

1. คณะกรรมการบริษัทฯ จะพิจารณาหรือมอบหมายให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพิจารณาหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2. คณะกรรมการบริษัทฯ จะติดตามดูแลให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารดูแลให้มีผู้บริหารระดับสูงที่เหมาะสมโดยอย่างน้อยคณะกรรมการหรือคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารพิจารณาหลักเกณฑ์และวิธีการในการสรรหาและแต่งตั้งบุคคล เห็นชอบบุคคลที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเสนอให้เป็นผู้บริหารระดับสูง
3. เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการบริษัทฯ จะทำกับดูแลให้มีแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เพื่อเป็นการเตรียมสืบทอดตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง
4. คณะกรรมการบริษัทฯ จะส่งเสริมและสนับสนุนให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูงได้รับการอบรมและพัฒนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน

7.2.4 การประเมินผลการปฏิบัติงานที่ของคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย และกรรมการรายบุคคล

1. คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี โดยเป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเองโดยกรรมการ การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อย และการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดังนี้
2. คณะกรรมการบริษัทฯ จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานตนเอง (Board Self-Assessment) ทั้งแบบคณะและรายบุคคลเป็นประจำทุกปี เพื่อใช้เป็นกรอบในการตรวจสอบการปฏิบัติงานในหน้าที่ของคณะกรรมการ รวมทั้งจะมีการพิจารณาบทวน ประมวลข้อคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ซึ่งเป็นการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทฯ ในระหว่างปีที่ผ่านมา โดยเลขานุการบริษัทฯ จะสรุปและนำเสนอผลการประเมินต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ
3. คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานตนเองของคณะกรรมการชุดย่อยทุกคณะ ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะทำงานบริหารความเสี่ยง คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ โดยรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทฯ เป็นประจำทุกปี เพื่อสอบทานการปฏิบัติงานในหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อย รวมทั้งพิจารณาบทวน ประมวลข้อคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ซึ่งเป็นการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยในระหว่างปีที่ผ่านมา โดยแบบประเมินผลการปฏิบัติงานตนเองของคณะกรรมการ จะจัดทำขึ้นตามขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบตามกฎหมายของคณะกรรมการชุดย่อยแต่ละชุด โดยในส่วนแบบประเมินของคณะกรรมการตรวจสอบนั้น ได้มีการประเมินแนวทางปฏิบัติที่ดีของคณะกรรมการตรวจสอบ ที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) และบริษัทที่ได้รับการจัดอันดับด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีในส่วนที่เหมาะสมกับบริษัทฯ เพิ่มเติม
4. สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการบริษัทฯ ได้มอบหมายให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน เป็นผู้กำหนดหลักเกณฑ์และประเมินผลการปฏิบัติงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เป็นประจำทุกปี ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูงและนำเสนอผลการประเมินที่ได้ต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อรับทราบและพิจารณาอนุมัติต่อไป

7.2.5 การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการลงทุนและการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม โดยจะลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่อง ใกล้เคียง หรือก่อให้เกิดประโยชน์และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และคำนึงถึงผลตอบแทนของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น คณะกรรมการบริษัทฯ จะพิจารณาการส่งตัวแทนของบริษัทฯ ซึ่งมีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทฯ เข้าลงทุน เข้าเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทดังกล่าว โดยตัวแทนดังกล่าวอาจเป็นกรรมการผู้อำนวยการ รองกรรมการผู้อำนวยการ และผู้บริหารของบริษัทฯ หรือบุคคลใดๆ ของบริษัทฯ ที่ปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเหล่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทฯ สามารถควบคุมดูแลกิจการ และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งว่า การมีระบบการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ จะช่วยดูแลรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ในการลงทุนของบริษัทฯ

บริษัทฯ จึงกำหนดให้ตัวแทนของบริษัทฯ จะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปเพื่อผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทฯ และดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้นๆ นอกจากนี้การส่งตัวแทนเพื่อเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทฯ ในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว

บริษัทฯ จัดให้บริษัทย่อยมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพียงพอ เพื่อป้องกันการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งให้มีระบบงานที่ชัดเจน เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่ามีระบบเพียงพอในการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่มีนัยสำคัญตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่องและน่าเชื่อถือ และจัดให้มีกลไกในการตรวจสอบระบบงานดังกล่าวในบริษัทย่อย โดยให้ทีมงานผู้ตรวจสอบภายใน คณะกรรมการอิสระของบริษัทฯ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยตรง และให้มีการรายงานผลการ

ตรวจสอบระบบงานดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทย่อมมีการปฏิบัติตามระบบงานที่จัดไว้อย่างสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงกำกับให้มีการเปิดเผยข้อมูลรายการเกี่ยวโยง และให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้บริษัทฯ ตรวจสอบ โดยมีการรายงานผลให้คณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัทฯ รับทราบอย่างสม่ำเสมอเพื่อวางแผนงานและเป้าหมายในการดำเนินงานต่อไปนโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

7.3 นโยบายและแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย

บริษัทฯ ได้นำหลักการและนโยบายในการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในการดูแลและรับผิดชอบ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ต่อคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า และเจ้าหน้าที่ พนักงาน ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งคณะกรรมการบริษัทฯ ได้มีการกำหนดนโยบายและหลักปฏิบัติเพื่อช่วยในการส่งเสริมการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น อาทิเช่น ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส การป้องกันการใช้อิทธิพลภายใน การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การชดเชยกรณีที่เกิดการละเมิดสิทธิ รวมไปถึงการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน และมาตรการดำเนินการกับผู้ที่ไม่เป็นไปตามนโยบายและแนวปฏิบัติ

7.3.1 ต่อผู้ถือหุ้น

บริษัทฯ มุ่งมั่นเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นในการดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส มีระบบบัญชีและการเงินที่มี ความเชื่อถือได้ สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้นโดยคำนึงถึงการเจริญเติบโตของบริษัทฯ ในระยะยาว และผลตอบแทนในระดับที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่องโดยคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนตัดสินใจดำเนินการใด ๆ ด้วยความบริสุทธิ์ใจ และเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทั้งรายใหญ่และรายย่อย และเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มความสามารถ ไม่ดำเนินการใด ๆ ในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อบริษัทฯ ไม่แสวงหาประโยชน์ให้ตนเอง และไม่เปิดเผยข้อมูลลับต่อบุคคลภายนอก

7.3.2 ต่อลูกค้า

สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า เปิดเผยมูลค่าข่าวสารเกี่ยวกับการบริการอย่างครบถ้วนถูกต้อง ทันต่อเหตุการณ์ และไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง จัดให้มีช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ไม่กำหนดเงื่อนไขการค้าที่ไม่เป็นธรรมต่อลูกค้าปฏิบัติตามสัญญาข้อตกลง หรือเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มีต่อลูกค้าอย่างโปร่งใสและเท่าเทียมกัน และให้ความสำคัญในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และไม่นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เพื่อผลประโยชน์ของตนเอง และ/หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

7.3.3 ต่อคู่ค้า คู่แข่งทางการค้า และเจ้าหน้าที่

คำนึงถึงความเสมอภาคและความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ และผลประโยชน์ร่วมกันกับคู่ค้า โดยปฏิบัติตามกฎหมายและกติกาต่าง ๆ อย่างเคร่งครัดและมีจรรยาบรรณที่ดีทางธุรกิจในการแข่งขันทางธุรกิจ บริษัทฯ ยึดถือกติกาการแข่งขันที่เป็นธรรม โดยมีแนวทางปฏิบัติดังนี้

คู่ค้า : ไม่เรียกร้อง ไม่รับ ไม่จ่ายผลประโยชน์ใดๆ ทางการค้ากับคู่ค้าโดยไม่สุจริต และปฏิบัติตามสัญญาข้อตกลง และเงื่อนไขต่างๆ ที่มีต่อคู่ค้าอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่ไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้ จะรีบแจ้งให้คู่ค้าทราบล่วงหน้า เพื่อร่วมกันพิจารณาหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยหลักแห่งความสมเหตุสมผล

คู่แข่งทางการค้า : ประพฤติปฏิบัติตามกรอบกติกาของการแข่งขันที่เป็นธรรม และตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่าย ไม่แสวงหาข้อมูลที่เป็นความลับของคู่แข่งทางการค้าด้วยวิธีการที่ไม่สุจริตหรือไม่เหมาะสม และไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้า ด้วยการกล่าวหาในทางเสื่อมเสียโดยปราศจากข้อมูลความจริง

เจ้าหน้าที่ : ปฏิบัติตามสัญญา ข้อตกลง และเงื่อนไขที่มีต่อเจ้าหน้าที่โดยเคร่งครัด รายงานฐานะทางการเงินของบริษัทฯ แก่เจ้าหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ ถูกต้อง และตรงเวลา ให้แก่เจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอและแจ้งให้เจ้าหน้าที่ทราบล่วงหน้าหากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อผูกพันในสัญญา เพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

7.3.4 ต่อพนักงาน

พัฒนาเสริมสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศการทำงานที่ดี รวมทั้งการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความมั่นใจ และเป็นขวัญกำลังใจให้แก่พนักงานในการปฏิบัติงานกับบริษัทฯ ด้วยความมั่นคงในอาชีพโดยมีแนวปฏิบัติ คือ

- ให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรมและเหมาะสมตามความรู้ ความสามารถ ความรับผิดชอบ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคน
- ดูแลรักษาสภาพแวดล้อมการทำงาน ให้มีความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินของพนักงาน
- การแต่งตั้ง การโยกย้าย รวมทั้งการให้รางวัล และการลงโทษพนักงาน ต้องกระทำด้วยความเสมอภาค บริสุทธิ์ใจ และตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ ความสามารถ และความเหมาะสม รวมทั้ง การกระทำหรือการปฏิบัติของพนักงานนั้นๆ
- ปฏิบัติต่อพนักงานบนพื้นฐานแห่งความยุติธรรม และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการถ่ายทอดความรู้และความสามารถของพนักงาน โดยให้โอกาสกับพนักงานอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ
- รับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากพนักงานทุกระดับอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค
- ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพนักงานอย่างเคร่งครัด
- บริหารงานโดยหลีกเลี่ยงการกระทำใดๆ ที่ไม่เป็นธรรมซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงในหน้าที่การงานของพนักงาน
- ปฏิบัติต่อพนักงานด้วยความสุภาพและให้ความเคารพต่อความเป็นปัจเจกชนและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
- มีช่องทางให้พนักงานเข้าแจ้งเรื่องที่ส่อไปในทางผิดระเบียบ วินัย และกฎหมายได้
- ส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจในเรื่องจรรยาบรรณและบทบาท หน้าที่เพื่อส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมที่อยู่ในกรอบของจรรยาบรรณอย่างทั่วถึง
- ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางในการทำงาน รวมถึงการแก้ไขปัญหของหน่วยงานและบริษัทฯ โดยรวม

7.3.5 ต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

คำนึงถึงความปลอดภัยของสังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตประชาชน รวมถึงให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อประโยชน์ต่อชนรุ่นหลัง ตลอดจนส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ กำหนดแนวทางปฏิบัติดังนี้

- ในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ บริษัทฯ จะคำนึงถึงทางเลือกที่มีผลกระทบต่อ ความเสียหายของสังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้น้อยที่สุด
- ไม่กระทำการใดๆ ที่ส่งผลเสียหายต่อทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด
- ส่งเสริมการใช้และการอนุรักษ์พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมและชนรุ่นหลัง
- ไม่สนับสนุนกิจกรรมใดๆ ที่เป็นภัยต่อสังคม หรือศีลธรรมอันงดงาม และ/หรือ เป็นการส่งเสริมอบายมุข
- จัดให้มีระบบการร้องทุกข์ในเรื่องที่อาจมีผลกระทบต่อชุมชน
- ดำเนินการตรวจสอบหาสาเหตุและปรับปรุงแก้ไข และแจ้งผลการดำเนินการให้ผู้ร้องทุกข์ทราบในเวลาอันควร
- ปลุกฝังจิตสำนึกของความปลอดภัยต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องและจริงจัง
- ปฏิบัติและให้ความร่วมมือ หรือควบคุมให้มีการปฏิบัติอย่างเคร่งครัดตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย และกฎระเบียบที่ออกโดยหน่วยงานที่กำกับดูแล
- ให้ความสำคัญสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนและสังคม โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม รวมทั้งการสนับสนุนการศึกษาแก่เยาวชน และกิจกรรมสาธารณประโยชน์
- ให้การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพต่อเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อชุมชน และสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่กับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

7.4 นโยบายการเปิดเผยสารสนเทศ

บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศของบริษัทฯ เป็นไปอย่างถูกต้อง ครบถ้วน โปร่งใส และเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับกฎหมายข้อกำหนดทางการ จึงกำหนดนโยบายการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวปฏิบัติของกรรมการและพนักงาน

7.4.1 ผู้มีอำนาจในการเปิดเผยข้อมูล

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารสูงสุดที่รับผิดชอบในสายงานการเงิน หรือผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ Chief Investor Relations Officer สามารถพิจารณาและตัดสินใจเกี่ยวกับเนื้อหาของข้อมูลที่สำคัญ เพื่อการพิจารณาเปิดเผย โดยจะชี้แจงข้อมูลด้วยตนเองหรืออาจมอบหมายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ชี้แจงก็ได้

ผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ Chief Investor Relations Officer มีอำนาจในการแถลงข่าว เผยแพร่ข้อมูลที่มียุทธศาสตร์ของบริษัทฯ ตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น นักลงทุน และนักวิเคราะห์หลักทรัพย์

ให้หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านสื่อสารองค์การเป็นผู้ดำเนินการ โดยประสานงานกับเจ้าของข้อมูลโดยตรงในการเผยแพร่ข้อมูลสำคัญของบริษัทฯ ผ่านสื่อมวลชน

7.4.2 ขยะละเว้น และการแก้ไขข้อผิดพลาดในการเปิดเผยข้อมูล

ห้ามเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับทางธุรกิจ หรือข้อมูลที่หากเปิดเผยแล้วอาจทำให้เสียประโยชน์ และความสามารถในการแข่งขัน หรือข้อมูลที่ยังไม่มีผลสรุปหรืออยู่ระหว่างการเจรจาซึ่งมีความไม่แน่นอน และต้องไม่เปิดเผยข้อมูลที่มีลักษณะเป็นการคาดคะเนเกินจริง หรือในเชิงส่งเสริมที่เกินความจำเป็นโดยไม่มีเหตุผลสนับสนุน โดยควรละเว้นการใช้ถ้อยคำ หรือรูปแบบที่ไม่เหมาะสม หรือที่อาจทำให้เข้าใจผิดต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทฯ

ในกรณีที่มีการเปิดเผยข้อมูลไม่ถูกต้อง ผิดพลาด คลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง หรือมีการตีความ หรือแปลความหมายไม่ถูกต้องอย่างมีนัยสำคัญ ให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารสูงสุดที่รับผิดชอบในสายงานการเงินและควบคุม หรือผู้บริหารที่ได้รับมอบหมายให้ทำหน้าที่ Chief Investor Relations Officer มีอำนาจชี้แจงข้อเท็จจริงเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องโดยทันที

7.4.3 การให้ข้อมูลแก่บุคคลเฉพาะกลุ่ม

ให้หน่วยงานด้านสื่อสารองค์การ หรือ Chief Investor Relations Officer หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย รับผิดชอบการเปิดเผยข้อมูลของบริษัทฯ แก่สื่อมวลชน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และผู้ถือหุ้น

เมื่อประชุม แถลงข่าว หรือให้ข้อมูลอื่นใดแก่สื่อมวลชน ให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในการให้ข้อมูลดังกล่าว จัดให้มีการเผยแพร่ข้อมูลที่เปิดเผยหรือมีที่ประชุมบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ ด้วย

7.4.4 การดำเนินการกรณีข้อมูลรั่วไหล หรือข่าวลือ

เมื่อมีเหตุการณ์ที่มีนัยสำคัญ ข่าวคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับบริษัทฯ หรือมีการอ้างอิงข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือข้อมูลสำคัญรั่วไหลไปสู่บุคคลอื่น หรือถูกเปิดเผยก่อนเวลาอันควร และอาจก่อให้เกิดข่าวลือที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ และ / หรือการดำเนินงานของบริษัทฯ ไม่ว่าทางบวกหรือทางลบ ให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ Chief Investor Relations Officer ผู้บริหารหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านสื่อสารองค์การ และ / หรือเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รับผิดชอบในการชี้แจงข้อมูลสำคัญและข้อเท็จจริงที่ควรต้องแจ้ง ผ่านตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและช่องทางการเปิดเผยต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องโดยทันที

7.4.5 การห้ามซื้อขายหลักทรัพย์ และงดให้ข้อมูล

เพื่อประโยชน์แห่งการกำกับดูแลกิจการที่ดี ให้กรรมการและพนักงานที่ถือเป็นบุคคลที่ล่วงรู้ หรือมีโอกาสล่วงรู้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ ซึ่งเป็นสาระสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์ ถือปฏิบัติดังนี้

1. งดการซื้อขาย โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่ยังค้าง หุ่นสามัญของบริษัทฯ ก่อนการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินต่อสาธารณะชน โดยให้ถือปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการซื้อขายหลักทรัพย์และสัญญาซื้อขายล่วงหน้าของกรรมการและพนักงาน

2. จดการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของบริษัทฯ ในระหว่างช่วงเวลา 7 วัน ก่อนวันที่บริษัทฯ จะเผยแพร่ผลประโยชน์การรายไตรมาสต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึง ไม่มีการนัดพบปะให้ข้อมูล จัดประชุมกลุ่ม หรือตอบข้อซักถามใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ ให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์หลักทรัพย์ และสื่อมวลชน และให้ถือปฏิบัติตามระเบียบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่บริษัทฯ กำหนดด้วย

7.5 นโยบายการป้องกันการใช้อ้างอิงข้อมูลภายใน

บริษัทฯ มีนโยบายการดูแลการใช้อ้างอิงข้อมูลภายใน เพื่อกำกับดูแลกรรมการ และผู้บริหารในการนำข้อมูลภายในของ บริษัทฯ ซึ่งยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนไปใช้เพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตน ดังนี้

1. บริษัทฯ จะให้ความรู้แก่กรรมการ ผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า เกี่ยวกับหน้าที่ที่ต้องจัดทำและส่งรายงานการถือหลักทรัพย์ของตน คู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กึ่งกันด้วยกันอันสามัญ และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ตามมาตรา 59 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 275 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมถึงที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้งการรายงานการได้มาหรือจำหน่ายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยตน คู่สมรส และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตามมาตรา 246 และบทกำหนดโทษตามมาตรา 298 แห่งพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมถึงที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม)
2. บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า จัดทำและนำส่งรายงานการถือหลักทรัพย์ของตน คู่สมรสหรือผู้ที่อยู่กึ่งกันด้วยกันอันสามัญ และบุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ ส่งผ่านมายังเลขานุการบริษัทฯ ก่อนนำส่งสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ทุกครั้ง โดยให้จัดทำและนำส่งภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือรายงานการเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ ภายใน 3 วันทำการนับแต่วันที่มีการซื้อ ขาย โอน หรือรับโอนหลักทรัพย์นั้น
3. บริษัทฯ กำหนดให้กรรมการและผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง ที่ได้รับทราบข้อมูลภายในที่เป็นสาระสำคัญ ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ จะต้องระงับการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ในช่วงเวลาก่อนที่จะเผยแพร่งบการเงินหรือเผยแพร่เกี่ยวกับฐานะการเงินและสถานะของบริษัทฯ จนกว่าบริษัทฯ จะได้เปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนแล้ว โดยบริษัทฯ จะแจ้งให้กรรมการและผู้บริหาร รวมถึงผู้ดำรงตำแหน่งระดับบริหารในสายงานบัญชีหรือการเงินที่เป็นระดับผู้จัดการฝ่ายขึ้นไปหรือเทียบเท่า จดการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทฯ อย่างเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นเวลาอย่างน้อย 30 วันล่วงหน้าก่อนการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน และควรรอคอยอย่างน้อย 24 ชั่วโมงภายหลังการเปิดเผยข้อมูลให้แก่สาธารณชนแล้ว รวมทั้งห้ามไม่ให้เปิดเผยข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญนั้นต่อบุคคลอื่น
4. บริษัทฯ ห้ามมิให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานของบริษัทฯ หรืออดีตกรรมการ ผู้บริหารและพนักงานที่ลาออกแล้วเปิดเผยข้อมูลภายใน หรือความลับของบริษัทฯ ตลอดจนข้อมูลความลับของคู่ค้าของบริษัทฯ ที่ตนได้รับทราบจากการปฏิบัติหน้าที่ให้บุคคลภายนอกทราบ แม้ว่าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวจะไม่ทำให้เกิดผลเสียหายแก่บริษัทฯ และคู่ค้าของบริษัทฯ
5. บริษัทฯ กำหนดบทลงโทษทางวินัยหากมีการฝ่าฝืนนำข้อมูลภายในไปใช้หาประโยชน์ส่วนตนซึ่งเริ่มตั้งแต่การตกเตือนเป็นหนังสือ ตัดค่าจ้าง พักงานชั่วคราวโดยไม่ได้รับค่าจ้าง หรือให้ออกจากงาน ซึ่งการลงโทษจะพิจารณาจากเจตนาของการกระทำและความร้ายแรงของความผิดนั้นๆ

7.6 นโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทฯ มีนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้มีความสำคัญต่อการพิจารณารายการต่างๆ อย่างโปร่งใส และเป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ เป็นสำคัญ ดังนั้น จึงให้ความสำคัญต่อการป้องกันรายการที่อาจเป็นความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการระหว่างกัน โดยมีหลักการที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. กรรมการบริษัทและผู้บริหารต้องแจ้งให้บริษัทฯ ทราบถึงความสัมพันธ์ หรือรายการเกี่ยวโยงในกิจการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
2. หลีกเลี่ยงการทำการรายการที่เกี่ยวข้องกับ บุคคลที่เกี่ยวข้องกัน ตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนกำหนด ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ และ/หรือบริษัทย่อย ในกรณีที่จำเป็นต้องทำการรายการนั้น ให้มีการนำเสนอรายการที่เกี่ยวข้องกันต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นก่อนเสนอขออนุมัติต่อ คณะกรรมการบริษัทฯ ตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี และหลักเกณฑ์ที่ตลาดหลักทรัพย์ และสำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด
3. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของบริษัทฯ และจริยธรรมธุรกิจของบริษัทฯ ซึ่งถือเป็น เรื่องสำคัญที่ต้องยึดถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด เพื่อให้บริษัทฯ เป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และจัดให้มีการเผยแพร่ข้อมูลความเข้าใจในการถือปฏิบัติของพนักงานทั่วทั้งบริษัทฯ

7.7 นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารงานและการดำเนินธุรกิจ ภายใต้หลักการการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยยึดหลักการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและโปร่งใส จึงกำหนดนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันขึ้น เพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ หลีกเลี่ยงการกระทำอันใดที่อาจเป็นการเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ทางตรงหรือทางอ้อมแก่ตนเอง ครอบครัว หรือบุคคลใกล้ชิดที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง บริษัทฯ ได้กำหนดโครงสร้างองค์กรให้มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ กระบวนการทำงาน และสายการบังคับบัญชาในแต่ละหน่วยงานให้มีความชัดเจน เพื่อให้มีการถ่วงดุลอำนาจและมีความรัดกุมในการตรวจสอบระหว่างกันอย่างเหมาะสม

7.7.1 คำนิยาม

การทุจริตคอร์รัปชัน หรือ คอร์รัปชัน (Corruption) หมายถึง การปฏิบัติหรือละเว้นการปฏิบัติในตำแหน่งหน้าที่ หรือใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบ เพื่อแสวงหาประโยชน์อันมิควรในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้หรือรับสินบน การนำเสนอ การให้คำมั่นว่าจะให้ การขอหรือเรียกร้องซึ่งเงิน ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใด ซึ่งไม่เหมาะสมกับ เจ้าหน้าที่ของรัฐ หน่วยงานของรัฐ หน่วยงานเอกชน หรือบุคคลอื่นใดที่ดำเนินธุรกิจกับบริษัทฯ เพื่อให้บุคคล ดังกล่าวกระทำหรือละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ อันเป็นการให้ได้มาซึ่งธุรกิจ หรือเพื่อเอื้อประโยชน์อื่นใดที่ไม่เหมาะสมทางธุรกิจ เว้นแต่กรณีที่ถูกกฎหมาย ระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น หรือจารีตทางการค้าให้กระทำได้

7.7.2 หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. คณะกรรมการบริษัทฯ มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและกำกับดูแล ให้มีระบบสนับสนุนการต่อต้านการคอร์รัปชัน ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้พนักงานทุกคนในบริษัทฯ ได้เข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันและปลูกฝังจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร
2. คณะกรรมการตรวจสอบ มีหน้าที่สอบทานการรายงานทางการเงินและบัญชี ระบบการควบคุมภายใน ระบบการตรวจสอบภายใน และระบบการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนรับเรื่องการแจ้งเบาะแส การทุจริตคอร์รัปชัน อันเกิดจากคนในองค์กรมีส่วนเกี่ยวข้อง พิจารณาตรวจสอบข้อเท็จจริง และเสนอเรื่องต่อ คณะกรรมการบริษัทฯ ร่วมกันพิจารณาลงโทษ หรือแก้ไขปัญหาดังกล่าว
3. คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม มีหน้าที่กำกับดูแลให้คำปรึกษาและติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแล จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
4. คณะทำงานบริหารความเสี่ยง มีหน้าที่ในการจัดทำ การประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน ตลอดจนจัดทำมาตรการและแนวทางป้องกันความเสี่ยงจากการทุจริต คอร์รัปชัน เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการ ตรวจสอบและคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม
5. คณะกรรมการบริหาร กรรมการผู้จัดการ และผู้บริหาร มีหน้าที่ในการนำนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ไปปฏิบัติ โดยกำหนดให้มีระบบสนับสนุนนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และสื่อสารไปยังพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมถึงทบทวนความเหมาะสมของระบบ นโยบาย และมาตรการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ระเบียบ ข้อบังคับและข้อกำหนดของกฎหมาย

7.7.3 นโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ต้องปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด ห้ามเข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนี้

1. ไม่ทำพฤติกรรมใดที่เป็น การแสดงถึงเจตนาว่าเป็นการทุจริตคอร์รัปชัน การให้หรือรับสินบน แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ และเอกชน หรือผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ เพื่อให้ได้มาหรือคงไว้ซึ่งธุรกิจหรือข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือเพื่อประโยชน์ของตนเองและผู้ที่เกี่ยวข้อง
2. ไม่ละเลยหรือเพิกเฉย เมื่อพบเห็นการกระทำที่เข้าข่ายการทุจริตคอร์รัปชันที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ โดยถือเป็นหน้าที่ที่ต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาหรือบุคคลที่รับผิดชอบทราบ และให้ความร่วมมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง
3. บริษัทฯ จะให้ความสำคัญและคุ้มครองบุคคลที่ปฏิเสธการคอร์รัปชัน หรือแจ้งเบาะแสเรื่องการคอร์รัปชันให้กับบริษัทฯ ตามที่กำหนดไว้ในมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน หรือผู้ที่ให้ความร่วมมือในการรายงานการทุจริตคอร์รัปชัน
4. ผู้ที่กระทำการทุจริตคอร์รัปชัน เป็นการกระทำผิดจรรยาบรรณ ซึ่งจะต้องได้รับการพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบที่บริษัทฯ กำหนดไว้ และอาจได้รับโทษตามกฎหมายหากการกระทำนั้นผิดกฎหมาย
5. บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญในการเผยแพร่ให้ความรู้ และทำความเข้าใจกับบุคคลที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ หรืออาจเกิดผลกระทบต่อบริษัทฯ ในเรื่องที่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันนี้
6. บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการตรวจสอบและระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันมิให้มีการทุจริตคอร์รัปชันและเพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและลดความเสี่ยงจากลักษณะธุรกิจ ระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมประกอบด้วย การควบคุมทั้งในด้านการป้องกัน (Preventive Control) และการตรวจสอบ (Detective Control) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการลดโอกาสและแรงจูงใจในการกระทำมิชอบ และการทุจริตคอร์รัปชันให้น้อยลง โดยมีหลักเกณฑ์การแบ่งแยกหน้าที่การทำงาน นอกจากนี้มีกระบวนการติดตามประเมินผล โดยผู้บริหารจะได้รับรายงาน และรับทราบถึงสาเหตุของข้อบกพร่องหรือสถานการณ์ที่ไม่ชอบมาพากลได้ทันที รวมทั้งสามารถปรับปรุงระบบในเชิงป้องกันได้อย่างเหมาะสมในการประเมินผลระบบการควบคุมภายในดังกล่าว ซึ่งฝ่ายตรวจสอบภายในถือเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของกระบวนการ
7. บริษัทฯ จัดให้มีกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล ที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ต่อมาตรการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันตั้งแต่การคัดเลือก การอบรม การประเมินผลงาน การให้ผลตอบแทน และการเลื่อนตำแหน่ง
8. เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินการในเรื่องที่มีความเสี่ยงสูงกับการเกิดการทุจริตคอร์รัปชัน กรรมการบริษัทฯ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับของกลุ่มบริษัทฯ ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความระมัดระวัง ในเรื่องดังต่อไปนี้
 - การให้มอบหรือรับของกำนัล และการเลี้ยงรับรองจะต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นตามธรรมเนียมทางการค้าปกติ หรือประเพณีนิยมในมูลค่าที่เหมาะสม
 - การให้หรือรับเงินบริจจาคหรือเงินสนับสนุนต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส และถูกต้องตามกฎหมาย โดยต้องมั่นใจว่าการให้หรือรับเงินบริจจาค หรือเงินสนับสนุนดังกล่าวไม่ได้เป็นการอำพรางการติดสินบน
 - ในการดำเนินกิจการ การติดต่อ การเจรจา การประมูล และการดำเนินการอื่นๆ กับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนจะต้องเป็นไปอย่างโปร่งใส และถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้กรรมการผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ จะต้องไม่ให้หรือรับสินบนในทุกขั้นตอนของการดำเนินกิจการ

7.7.4 มาตรการและช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน

บริษัทฯ จัดให้มีมาตรการในการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน เกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย จรรยาบรรณทางธุรกิจ หรือพฤติกรรมที่อาจสื่อถึงการทุจริตคอร์รัปชันของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานของกลุ่มบริษัทฯ โดยจัดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนมายังบริษัทฯ ได้สะดวกและเหมาะสม โดยผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนจะต้องระบุรายละเอียดของเรื่องที่แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนพร้อมชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ส่งมายังช่องทางการรับเรื่องตามที่บริษัทฯ กำหนด

ช่องทางการรับแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนการทุจริตคอร์รัปชัน มี 3 ช่องทาง ดังนี้

แจ้งทางอีเมล whistleblower@marketconnections.co.th

แจ้งผ่านคณะกรรมการตรวจสอบ โดยการส่งทางไปรษณีย์ ตามที่อยู่ 51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 ถนนนวลจันทร์

ตำบลคลองกุ่ม อำเภอเมือง จังหวัด กรุงเทพฯ 10230

ทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ <https://www.marketconnectionsasia.com/>

มาตรการคุ้มครองและรักษาความลับ

เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลที่กระทำโดยเจตนาสุจริต บริษัทฯ จะปกปิดชื่อ ที่อยู่ หรือ ข้อมูลใดๆ ที่สามารถระบุตัวผู้ร้องเรียนหรือผู้ให้ข้อมูล และเก็บรักษาข้อมูลของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ โดยจะจำกัดเฉพาะผู้ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินการตรวจสอบเรื่องร้องเรียนเท่านั้น ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้

ในกรณีที่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันของผู้บริหาร คณะกรรมการตรวจสอบจะทำหน้าที่ในการ คุ้มครองผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียน พยาน และบุคคลที่ให้ข้อมูลในการสืบสวนข้อเท็จจริง ไม่ให้ได้รับความเดือดร้อน อันตรายใดๆ หรือความไม่ชอบธรรมอันเกิดมาจากการแจ้งเบาะแสร้องเรียน การเป็นพยานหรือการให้ข้อมูล

ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องร้องเรียน มีหน้าที่เก็บรักษาข้อมูลข้อร้องเรียนและ เอกสารหลักฐานของผู้ร้องเรียนและผู้ให้ข้อมูลไว้เป็นความลับ ห้ามเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้องเว้นแต่ เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด

7.7.5 ขั้นตอนการดำเนินการสืบสวน และบทลงโทษ

1. เมื่อได้รับการแจ้งเบาะแส คณะกรรมการตรวจสอบจะมอบหมายให้ผู้ตรวจสอบภายใน หรือแต่งตั้งคณะกรรมการ สืบสวนข้อเท็จจริง เป็นผู้กลั่นกรองสืบสวนข้อเท็จจริง และแจ้งผลการตรวจสอบเป็นระยะให้ผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ ร้องเรียนได้ทราบ
2. หากการสืบสวนข้อเท็จจริงแล้วพบว่า ข้อมูลหรือหลักฐานที่ได้รับมีเหตุอันควรเชื่อได้ว่าผู้ที่ถูกกล่าวหาได้กระทำการ ทุจริตคอร์รัปชันจริง บริษัทฯ จะให้สิทธิผู้ถูกกล่าวหาได้รับทราบข้อกล่าวหา และพิสูจน์ตนเองโดยการหาข้อมูล หรือหลักฐานเพิ่มเติม ที่แสดงให้เห็นว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกระทำอันทุจริตคอร์รัปชันตามที่ถูก กล่าวหา
3. หากผู้ถูกกล่าวหาได้กระทำการทุจริตคอร์รัปชันจริง ผู้กระทำการทุจริตคอร์รัปชันนั้นไม่ว่าจะเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงาน ถือว่าเป็นการกระทำผิดนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และจรรยาบรรณทางธุรกิจของ บริษัทฯ โดยจะต้องได้รับการพิจารณาโทษทางวินัยตามระเบียบที่บริษัทฯ กำหนดไว้ และหากการกระทำทุจริตนั้น เป็นการกระทำที่ผิดต่อกฎหมาย ผู้กระทำความผิดนั้นจะต้องได้รับโทษทางกฎหมาย ทั้งนี้ โทษทางวินัยตามระเบียบ ของบริษัทฯ และคำตัดสินของคณะกรรมการตรวจสอบ ถือเป็นอันสิ้นสุด
4. บริษัทฯ ไม่มีนโยบายลดตำแหน่ง ลงโทษ หรือผลทางลบต่อพนักงานที่ปฏิเสธการทุจริตคอร์รัปชัน แม้ว่าการ กระทำนั้นจะทำให้บริษัทฯ สูญเสียโอกาสทางธุรกิจก็ตาม

7.7.6 การอบรมและการสื่อสาร

7.7.6.1 บริษัทฯ จัดให้มีการสื่อสารและเผยแพร่นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงช่องทางการแจ้ง เบาะแสหรือข้อร้องเรียน ให้บุคคลภายในบริษัทฯ รับทราบ ผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น การประชุมพิเศษกรรมการ และพนักงานใหม่ การติดประกาศในบอร์ดประชาสัมพันธ์ อีเมล เว็บไซต์ของบริษัทฯ เป็นต้น เพื่อให้ทุกคนในบริษัท ฯ เข้าใจ เห็นชอบ และปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างจริงจัง

7.7.6.2 บริษัทฯ สื่อสารและเผยแพร่นโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน รวมถึงช่องทางการแจ้งเบาะแสหรือ ข้อร้องเรียนไปยังสาธารณชน บริษัทย่อย บริษัทร่วม ตลอดจนตัวแทนทางธุรกิจ คู่ค้าทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องและผู้

มีส่วนได้เสียผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทฯ รายงานประจำปี แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี เป็นต้น เพื่อสร้างความเข้าใจและสนับสนุนให้ยึดมั่นในมาตรฐานการรับผิดชอบต่อสังคม ในเรื่องการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันเช่นเดียวกับบริษัทฯ

7.8 นโยบายการรับแจ้งเบาะแส

บริษัทฯ มีนโยบายการคุ้มครองและให้เป็นธรรมแก่พนักงานที่แจ้งข้อมูลหรือ ให้เบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับบริษัทฯ และหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ (Whistleblower Policy) ดังนี้

7.8.1 ขอบเขต

นโยบายนี้ใช้บังคับกับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนของบริษัทฯ

7.8.2 ผู้ร้องเรียน

1. พนักงานที่พบเห็นการกระทำที่ทุจริต หรือฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับบริษัทฯ หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
2. พนักงานที่ถูกกลั่นแกล้ง ข่มขู่ ถูกลงโทษทางวินัย เช่น ถูกลดขั้นเงินเดือน ถูกพักงาน ให้ออกจากงาน หรือถูกเลือกปฏิบัติด้วยวิธีการอันไม่ชอบที่เกี่ยวเนื่องกับสภาพการจ้างงาน อันเนื่องมาจากการที่ตนได้ ร้องเรียน ให้ข้อมูล หรือจะให้ข้อมูล ช่วยเหลือในขั้นตอนการสืบสวนสอบสวน หรือรวบรวมข้อเท็จจริง ให้แก่ผู้รับข้อร้องเรียน รวมไปถึงการฟ้องร้องดำเนินคดี การเป็นพยาน การให้ถ้อยคำ หรือการให้ความร่วมมือใดๆ ต่อศาลหรือหน่วยงานของรัฐ

7.8.3 ผู้รับข้อร้องเรียน

1. ผู้บังคับบัญชาที่รับผิดชอบโดยตรง (ตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไป)
2. ผู้จัดการแผนกทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ
3. เลขาธิการคณะกรรมการตรวจสอบ

7.8.4 วิธีการร้องเรียน

1. ร้องเรียนได้โดยตรงเป็นลายลักษณ์อักษร โดยผู้ร้องเรียนควรส่งข้อร้องเรียนหรือเบาะแสการกระทำผิดและการทุจริตผ่านผู้บังคับบัญชาที่รับผิดชอบโดยตรง (ตั้งแต่ระดับผู้จัดการขึ้นไป) ในบริษัทซึ่งตนสังกัด อย่างไรก็ตาม หากอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่เหมาะสมหรือไม่สะดวก ผู้ร้องเรียนสามารถแจ้งเป็นอีเมลหรือส่งจดหมายมายังผู้จัดการแผนกทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ
2. ให้ผู้บังคับบัญชาที่ได้รับข้อร้องเรียนหรือเบาะแสการกระทำผิดและการทุจริต แจ้งให้ผู้จัดการแผนกทรัพยากรบุคคลของบริษัทฯ ทราบภายใน 7 วันเพื่อดำเนินการตามขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริง
3. ในกรณีที่ผู้ร้องเรียนเลือกที่จะไม่เปิดเผยชื่อ ต้องระบุรายละเอียดข้อเท็จจริงหรือหลักฐานที่ชัดเจนเพียงพอ ที่แสดงให้เห็นว่ามีเหตุอันควรเชื่อว่ามีกรกระทำที่เป็นการทุจริต หรือฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับบริษัทฯ หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯเกิดขึ้น
4. ช่องทางอื่นๆ เช่น

แจ้งทางอีเมล whistleblower@marketconnections.co.th

แจ้งผ่านคณะกรรมการตรวจสอบ โดยการส่งทางไปรษณีย์ ตามที่อยู่ 51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 ถนนนวลจันทร์ ตำบลคลองกุ่ม อำเภอบึงกุ่ม จังหวัด กรุงเทพฯ 10230

ทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ <https://www.marketconnectionsasia.com/>

ทั้งนี้ การร้องเรียนจะถือเป็นความลับที่สุดโดยผู้ที่เกี่ยวข้องในการรับข้อร้องเรียนหรือเบาะแสการกระทำผิดและการทุจริต และผู้ร้องเรียนไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตนของผู้ร้องเรียน เว้นแต่หากเปิดเผยตนเอง จะทำให้บริษัทฯ สามารถแจ้งผลการดำเนินการหรือรายละเอียดเพิ่มเติมในเรื่องที่ร้องเรียนให้ทราบได้

7.8.5 ขั้นตอนการตรวจสอบข้อเท็จจริง

1. ในการดำเนินการตรวจสอบและรวบรวมข้อเท็จจริง ให้ผู้รับข้อร้องเรียนดำเนินการเสนอเรื่องร้องเรียนให้บุคคลดังต่อไปนี้ทำหน้าที่ผู้ตรวจสอบและรวบรวมข้อเท็จจริง (“ผู้ตรวจสอบ”) ตามที่ได้รับร้องเรียน
 - 1) กรณีผู้ถูกร้องเรียนเป็นพนักงานระดับต่ำกว่าผู้บริหาร : ให้กรรมการผู้จัดการและ/หรือบุคคลหรือหน่วยงานที่กรรมการผู้จัดการ มอบหมาย ทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบ
 - 2) กรณีผู้ถูกร้องเรียนเป็นพนักงานระดับตั้งแต่ผู้บริหารขึ้นไป : ให้คณะกรรมการตรวจสอบและ/หรือบุคคลหรือหน่วยงานที่คณะกรรมการตรวจสอบมอบหมาย ทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบ

ในกรณีมีข้อสงสัยหรือคำถามใดๆ ผู้ตรวจสอบสามารถเชิญให้พนักงานคนหนึ่งคนใด หรือ ผู้บังคับบัญชาที่รับผิดชอบโดยตรงของผู้ร้องเรียน มาให้ข้อมูลหรือขอให้อัดส่งเอกสารใดๆ ที่เกี่ยวข้องมาเพื่อการตรวจสอบหาข้อเท็จจริงได้

2. หากตรวจสอบแล้วพบว่าเรื่องร้องเรียนเป็นความจริง บริษัทฯ จะดำเนินการดังต่อไปนี้
 - 1) ในกรณีที่เป็นการร้องเรียนที่เกี่ยวข้องกับการกระทำการอันทุจริต หรือผิดกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ให้ผู้ตรวจสอบพิจารณาเสนอข้อร้องเรียนดังกล่าวพร้อมความเห็นต่อคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อพิจารณาต่อไป
 - 2) ให้ผู้ตรวจสอบแจ้งความคืบหน้าและผลการพิจารณาเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดและการทุจริตให้กับผู้ร้องเรียนที่ได้เปิดเผยชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล หรือช่องทางติดต่ออื่นๆ ไว้ อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งด้วยเหตุผลความจำเป็นในเรื่องข้อมูลส่วนบุคคลและการรักษาความลับ บริษัทฯ อาจไม่สามารถให้ข้อมูลในรายละเอียดเกี่ยวกับการสอบสวนหรือการลงโทษทางวินัย
 - 3) ในกรณีที่เรื่องร้องเรียนดังกล่าวเป็นเรื่องสำคัญ เช่น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อชื่อเสียงภาพลักษณ์หรือฐานะทางการเงินของบริษัทฯ ขัดแย้งกับนโยบายในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ หรือเกี่ยวข้องกับผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น ให้ผู้ตรวจสอบพิจารณาเสนอเรื่องดังกล่าวพร้อมความเห็นต่อคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อพิจารณาต่อไป
 - 4) ในกรณีที่ข้อร้องเรียนทำให้เกิดความเสียหายต่อผู้ใดผู้หนึ่ง ผู้ตรวจสอบจะเสนอวิธีการบรรเทาความเสียหายที่เหมาะสมและเป็นธรรมให้กับผู้เสียหายตามที่เห็นสมควรก็ได้

7.8.6 การคุ้มครองปกป้องผู้ที่แจ้งข้อมูลหรือให้เบาะแส

3. ผู้ร้องเรียนสามารถเลือกที่จะไม่เปิดเผยตนเองได้หากเห็นว่าการเปิดเผยอาจทำให้เกิดความเสียหายกับตนเอง แต่ต้องระบุรายละเอียดข้อเท็จจริงหรือหลักฐานที่ชัดเจนเพียงพอที่แสดงให้เห็นว่ามีเหตุอันควรเชื่อว่าการกระทำที่เป็นการทุจริต หรือฝ่าฝืนกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับบริษัทฯ หรือจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม หากเลือกที่จะเปิดเผยตนเองก็จะทำให้ผู้รับข้อร้องเรียนสามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น
4. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการร้องเรียน บริษัทฯ ถือเป็นความลับและจะเปิดเผยเท่าที่จำเป็น โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความเสียหายของผู้รายงานแหล่งที่มาของข้อมูลหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ผู้รับผิดชอบในทุกขั้นตอนจะต้องเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับรู้ชั้นความลับสูงสุดและไม่เปิดเผยต่อบุคคลอื่น หากฝ่าฝืนถือเป็นการกระทำความผิดวินัย
5. กรณีที่ผู้ร้องเรียนเห็นว่าตนเองอาจได้รับความไม่ปลอดภัยหรืออาจเกิดความเดือดร้อนเสียหาย ผู้ร้องเรียนสามารถร้องขอให้บริษัทฯ กำหนดมาตรการคุ้มครองที่เหมาะสมก็ได้ หรือบริษัทฯ อาจกำหนดมาตรการคุ้มครองโดยผู้ร้องเรียนไม่ต้องร้องขอก็ได้ หากเห็นว่าเป็นเรื่องที่มีแนวโน้มที่จะเกิดความเสียหายหรือความไม่ปลอดภัย
6. พนักงานที่ปฏิบัติต่อบุคคลอื่นด้วยวิธีการที่ไม่เป็นธรรม เลือกปฏิบัติด้วยวิธีการที่ไม่เหมาะสม หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคลอื่นนั้น อันมีเหตุจูงใจมาจากการที่บุคคลอื่นนั้นได้ร้องเรียน ได้แจ้งข้อมูลร้องเรียน หรือให้เบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตหรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือหลักจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ รวมไปถึงการที่บุคคลอื่นนั้นฟ้องร้องดำเนินคดีเป็นพยานให้ถ้อยคำ หรือให้ความร่วมมือใดๆ ต่อศาลหรือหน่วยงานของรัฐถือเป็นการกระทำความผิด

วินัยที่ต้องได้รับโทษ ทั้งนี้อาจได้รับโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้หากเป็นการกระทำความผิดตามกฎหมาย

7. ผู้ที่ได้รับความสะดวกหรือเสียหายจะได้รับการบรรเทาความเสียหายด้วยวิธีการหรือกระบวนการที่มี ความเหมาะสมและเป็นธรรม

7.8.7 การจัดทำทะเบียนและการรายงาน

เลขานุการคณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่จัดทำทะเบียนรับเรื่องร้องเรียนและเบาะแสการกระทำความผิดและการทุจริต และจัดทำรายงานสรุปการรับแจ้งข้อมูลการกระทำความผิดและการทุจริตทั้งหมดของบริษัทฯ ทั้งที่ได้ดำเนินการพิจารณาแล้ว หรืออยู่ระหว่างการตรวจสอบข้อเท็จจริง ให้คณะกรรมการตรวจสอบทราบเป็นประจำอย่างน้อยไตรมาสละครั้ง

7.9 จรรยาบรรณทางธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัทฯ ได้มีการกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรมเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ โดยให้ผู้บริหาร และพนักงานยึดถือและปฏิบัติตาม ควบคู่ไปกับข้อบังคับและระเบียบของบริษัทฯ โดยมุ่งหวังให้การบริหารและการปฏิบัติงานมีความโปร่งใส ชัดเจน เป็นธรรมมีประสิทธิภาพ พึงเกียรติและศักดิ์ศรี ควบคู่กับความเชื่อมั่นและไว้วางใจของลูกค้า ลูกจ้างและประชาชน โดยมีเนื้อหาครอบคลุมในเรื่อง ดังนี้

7.9.1 จริยธรรมทางธุรกิจ

บริษัทฯ จะปฏิบัติและดูแลให้พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจโดยถือปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ ดังต่อไปนี้

1. ประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และดำเนินงานธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งทางกฎหมาย จรรยาบรรณ และมุ่งมั่นทำความดีต่อบุคคล กลุ่มชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมในเรื่องของสินค้าและบริการ โดยไม่เลือกปฏิบัติ
3. ประกอบธุรกิจโดยมีระบบการดำเนินงานที่มีมาตรฐานและมีการควบคุมที่ดี โดยใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ด้วยความระมัดระวัง ด้วยข้อมูลที่เพียงพอและมีหลักฐานสามารถอ้างอิงได้รวมทั้งถือปฏิบัติตามข้อกำหนดและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
4. ไม่เปิดเผยข้อมูลของลูกค้าที่ตนได้ล่วงรู้มาเนื่องจากการดำเนินธุรกิจ อันเป็นข้อมูลที่ตามปกติวิสัยจะพึงสงวนไว้ไม่เปิดเผย เว้นแต่เป็นการเปิดเผย ตามหน้าที่ตามกฎหมาย
5. เปิดให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนได้เกี่ยวกับความไม่สมบูรณ์ของสินค้าและบริการ
6. เปิดเผยข่าวสารข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างถูกต้องครบถ้วน
7. ปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ กับลูกค้าอย่างเป็นธรรม หากปฏิบัติตามข้อตกลงหรือเงื่อนไขไม่ได้ ต้องรีบแจ้งให้ลูกค้าทราบ เพื่อหาทางออกร่วมกัน

7.9.2 ข้อพึงปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร

พนักงานระดับผู้บริหารทุกคนต้องปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ และคำสั่งต่างๆ ของบริษัทฯ และของผู้บังคับบัญชาในระดับเหนือขึ้นไป กล่าวคือ

1. ต้องสนับสนุนนโยบายและการปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง ข้อตกลง ประกาศ หรือหนังสือเวียนของบริษัทฯ ซึ่งประกาศให้พนักงานทุกคนทราบโดยเคร่งครัด
2. ต้องปฏิบัติงานในหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและเที่ยงธรรม ตลอดจนต้องรายงานเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียง และทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยเร็ว
3. ต้องสุภาพ ให้เกียรติ และให้ความนับถือต่อผู้ร่วมงาน
4. ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตั้งใจ วัตถุประสงค์ ภาระเบี่ยงเบนแผนและธรรมาภิบาลของบริษัทฯ เพื่อเป็นแบบอย่างอันดีให้แก่พนักงานโดยทั่วไป เพื่อให้บริษัทฯ มีความก้าวหน้า และเป็นไปอย่างถูกต้องตามครรลองธรรม
5. ต้องรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์และความลับของบริษัทฯ ของลูกค้า หรือที่เกี่ยวข้องกับกิจการใดๆ
6. บริษัทฯ ไม่พึงเปิดเผยโดยเคร่งครัด การเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ อันเกี่ยวกับธุรกิจการเงินและตัวบุคคลของบริษัทฯ จะต้องกระทำตามแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสมที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น และต้องกระทำด้วยความรอบคอบและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ตลอดระยะเวลาที่เป็นพนักงานของบริษัทฯ และภายหลังจาก

พันธภาพของพนักงานของบริษัทฯ พนักงานทุกคนตกลงจะรักษาข้อมูลอันเป็นความลับดังกล่าวข้างต้นไว้เป็นความลับ หากมีการเปิดเผยหรือส่งให้แก่ผู้อื่นหรือใช้ข้อมูลดังกล่าวในเรื่องอื่นใดนอกเหนือจากการปฏิบัติหน้าที่ให้กับบริษัทฯ พนักงานตกลงยินยอมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้แก่บริษัทฯ ตามที่เกิดขึ้นจริงทุกประการ

7. ต้องช่วยกันระมัดระวังและป้องกันทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยมีให้เสียหายหรือสูญหายไม่ว่าจากบุคคลหรือจากภัยพิบัติใดๆ เท่าที่สามารถจะทำได้เต็มที่ รวมทั้งไม่นำสิ่งของใดๆ ไม่ว่าอุปกรณ์หรือทรัพย์สินของบริษัทฯ ไปใช้ประโยชน์ส่วนตัวหรือเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจของบริษัทฯ
8. บริหารงานโดยยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม รวมทั้งส่งเสริมให้มีคุณธรรมและจริยธรรมในทุกระดับของบริษัทฯ ตลอดจนสอดส่องดูแลและจัดการแก้ปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นในบริษัทฯ
9. ต้องปกครองดูแลผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด มีความยุติธรรม ไม่มีอคติ
10. ต้องพร้อมที่จะทำงานเป็นทีม และสามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
11. ต้องปฏิบัติตาม ตลอดจนต้องสนับสนุน และช่วยควบคุมกำกับพนักงานในบังคับบัญชาให้ปฏิบัติตามระเบียบ วินัย และข้อกำหนดของบริษัทฯ ในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจรรยาบรรณทางคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด เพื่อให้การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎหมายคอมพิวเตอร์ กฎหมายลิขสิทธิ์ หรือกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันมิให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ

7.9.3 ข้อไม่พึงปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร

พนักงานระดับผู้บริหารทุกคนพึงงดเว้นไม่ปฏิบัติหรือประพฤติตนไปในทางที่จะนำไปสู่ความเสื่อมเสียของบริษัทฯ และของตนเอง กล่าวคือ

1. ใช้เวลาทำงานของบริษัทฯ ไปทำอย่างอื่น หรือใช้ประโยชน์ส่วนตัว
2. ประกอบกิจการอันมีสภาพเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทฯ ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือผู้อื่น หรือเป็นผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจรอบงานการจัดการ ซึ่งอาจเป็นผลเสียหายต่อบริษัทฯ ไม่ว่าโดยตรงหรืออ้อม
3. ประพฤติตนไปในทางที่อาจทำให้เสื่อมเสียต่อตำแหน่งหน้าที่และเกียรติคุณของบริษัทฯ
4. แฉหรือใช้ข้อความที่เป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงที่ควรแจ้งต่อบริษัทฯ
5. ทำงานด้วยความประมาทเลินเล่อ กระทำการใดๆ อันไม่เหมาะสมแก่การปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารที่ดี เพื่อให้งานลุล่วงไปโดยถูกต้องและสุจริต
6. ปกปิด หรือบิดเบือนความจริงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น ซึ่งอาจจะเป็นผลเสียหายต่อบริษัทฯ ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม
7. ขัดขวาง หรือกระทำการใดๆ อันเป็นการขัดขวางการปฏิบัติงานโดยชอบของผู้มีอำนาจหน้าที่ในบริษัทฯ หรือออกคำสั่งใดๆ ให้พนักงานปฏิบัติในทางมิชอบหรือผิดจริยธรรม
8. ทำผิดกฎหมายแพ่งและกฎหมายอาญา อันส่งผลเสียหายให้แก่ตนเองหรือผู้อื่น ไม่ว่าโดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม
9. เปิดเผยค่าจ้างหรือเงินเดือน อัตราการขึ้นเงินเดือนของตนเองหรือของผู้อื่น ไม่ว่าโดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม
10. เรียกรับ หรือยินยอมจะรับทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดจากลูกค้า ผู้ค้า คู่ค้า คู่แข่ง หรือบุคคลอื่นใด ที่ทำธุรกรรมกับบริษัทฯ หรือการเลี้ยงรับรอง ซึ่งพิสูจน์ได้ว่าเกินกว่าความเหมาะสม ยกเว้นของขวัญตามประเพณีนิยม หรือการเลี้ยงรับรองทางธุรกิจตามปกติ หรือค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมธุรกิจอันนำมาซึ่งชื่อเสียงทางการค้า เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนตามธรรมเนียมนิยม แต่หากสิ่งเหล่านั้นมีมูลค่าเกินกว่า 20,000 บาท ต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาระดับตั้งแต่ผู้บังคับบัญชาทราบทันที
11. ให้สินบนไม่ว่าโดยตรงหรือผ่านบุคคลที่สาม และ/หรือใช้อิทธิพลอย่างไม่ถูกต้องต่อตัวแทนของรัฐ ลูกค้า หรือคู่ค้า ซึ่งนับว่าเป็นการขัดแย้งต่อนโยบายของบริษัทฯ

12. กระทำการเพิ่มเติม ตัดทอนหรือแก้ไขด้วยประการใดๆ ในบันทึกหรือข้อมูลใดๆ เพื่อเปลี่ยนแปลง หรือบิดเบือนผลการดำเนินงาน และการบันทึกบัญชีให้ผิดไปจากความเป็นจริงโดยเจตนา ไม่ว่าเพื่อจุดประสงค์ใดๆ ก็ตาม
13. ชำระเงิน หรือจัดการทางธุรกิจโดยมีเจตนา หรือทำให้เข้าใจได้ว่าส่วนหนึ่งของการชำระเงิน หรือการจัดการทางธุรกิจนั้นๆ มีจุดประสงค์อื่นนอกเหนือจากวัตถุประสงค์ที่ได้รับในเอกสารเพื่อการชำระเงิน หรือการจัดการทางธุรกิจ
14. เป็นบุคคลที่มีหนี้สินล้นพ้นตัว หรือมีเหตุผลอย่างหนึ่งอย่างใดตามกฎหมายให้สันนิษฐานได้ว่ามีหนี้สินล้นพ้นตัว
15. ไม่รักษาข้อมูลทางทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ หรือที่บริษัทฯ ได้มาจากการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน
16. ลอกเลียนแบบผลงานและทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
17. กระทำการใดๆ อันเป็นการแสวงหาประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นโดยมิชอบ
18. ให้องค์กรงานที่ไม่ใช่สายจัดซื้อขอการสนับสนุนจากผู้ค้าหรือคู่ค้า (หากมีความจำเป็นที่จะต้องขอการสนับสนุนดังกล่าวเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ ให้องค์กรงานต่างๆ หรือกับสายจัดซื้อเพื่อเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ ยกเว้น การจัดกิจกรรมร่วมทางการตลาด ให้การตลาดของสายการตลาดและพัฒนาธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบ)
19. กระทำการอันเป็นการละเลย หรือเอื้ออำนวยแก่บุคคลใดๆ ที่จะเข้ามาแสวงหาประโยชน์ หรือเข้าถึง หรือรบกวนระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ โดยมิชอบ หรือโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัทฯ หรือจงใจ สนับสนุน ยินยอมให้เกิดขึ้นหรือมีอยู่ซึ่งการกระทำผิดของผู้ให้บริการ ตามกฎหมายคอมพิวเตอร์ หรือกฎหมายลิขสิทธิ์ หรือกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

7.9.4 การกำหนดโทษผู้บริหาร

1. การฝ่าฝืนที่ไม่ร้ายแรง: ผู้บริหารจะได้รับหนังสือเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งจะระบุลักษณะของการฝ่าฝืน รวมทั้งมูลเหตุที่อาศัยเป็นหลักของการฝ่าฝืนนั้น โดยให้ออกาสผู้บริหารดังกล่าวโต้แย้งข้อกล่าวหาดังกล่าวต่อผู้บังคับบัญชา หากไม่สามารถแก้ปัญหาก็ได้ ให้นำเสนอเรื่องดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อพิจารณา และให้ถือคำตัดสินของคณะกรรมการบริษัทฯ เป็นที่สิ้นสุด หากมีการฝ่าฝืนเป็นครั้งที่สอง หรือผู้บริหารไม่แก้ไขความผิดจากการฝ่าฝืนในครั้งแรกตามที่ได้รับหนังสือเตือนนั้น ผู้บริหารดังกล่าวจะถูกลงโทษทางวินัยอย่างเคร่งครัด ซึ่งอาจรวมถึงการเลิกจ้างได้
2. การฝ่าฝืนร้ายแรงซึ่งรวมถึงการฝ่าฝืนดังต่อไปนี้ เช่น การให้หรือการรับสินบน การฉ้อโกง การเปิดเผยข้อมูลความลับ หรือทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ ต่อบุคคลที่สาม และการกระทำใดๆ ที่เสื่อมเสียต่อเกียรติคุณของบริษัทฯ หรือปกปิดหรือไม่รายงานข้อมูล การหาซื้อ หรือเอกสารสำคัญใดๆ ต่อผู้บังคับบัญชาบริษัทฯ อาจพิจารณาเลิกจ้างโดยไม่จ่ายค่าชดเชย และโดยไม่จำเป็นต้องออกหนังสือเตือนเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

7.9.5 ข้อพึงปฏิบัติสำหรับพนักงาน

เพื่อเป็นการเสริมสร้างการทำงานที่ดี มีประสิทธิภาพ พนักงานควรมีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

1. พนักงานพึงปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และด้วยความอุทิศสาคะ ขยันหมั่นเพียร และปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อตนเองและบริษัทฯ
2. พนักงานพึงประพฤติปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับในการทำงานของบริษัทฯ โดยเคร่งครัด
3. พนักงานพึงให้ความเคารพและเชื่อฟังผู้บังคับบัญชาที่สั่งการโดยชอบด้วยนโยบาย และระเบียบข้อบังคับของบริษัทฯ
4. พนักงานพึงมีความสมัคสมานสามัคคีต่อกัน และเอื้อเฟื้อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง ซึ่งจะนำไปสู่ความเสียหายต่อบุคคลอื่น และบริษัทฯ
5. พนักงานพึงเคารพสิทธิและให้เกียรติซึ่งกันและกันหลีกเลี่ยงการนำข้อมูลหรือเรื่องราวของผู้อื่นทั้งในเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน และเรื่องส่วนตัวไปเปิดเผยหรือวิพากษ์วิจารณ์ในลักษณะที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งต่อพนักงาน และต่อบริษัทฯ

6. พนักงานพึงหลีกเลี่ยงการรับของขวัญใดๆ ที่อาจทำให้ตนเองรู้สึกอึดอัดในการปฏิบัติหน้าที่ในภายหน้า หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ให้แจ้งต่อผู้บังคับบัญชาทราบในทันที
7. พนักงานไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่ หรือประโยชน์จากหน้าที่การทำงาน แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน หรือ พรรคพวก หรือทำธุรกิจแข่งขันกับบริษัทฯ
8. พนักงานพึงปฏิบัติ ต่อลูกค้า คู่ค้า ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และด้วยความเสมอภาค
9. พนักงานพึงรักษาความลับของลูกค้า คู่ค้า และองค์กรอย่างเคร่งครัด
10. พนักงานพึงรายงานเรื่องที่ได้รับการขอให้ผู้บังคับบัญชาโดยมิชักช้า เมื่อเรื่องที่รับทราบอาจมีผลกระทบต่อ การดำเนินงาน หรือชื่อเสียงของบริษัทฯ
11. พนักงานพึงรักษาคุณลักษณะจริยธรรม และทรัพย์สินของบริษัทฯ ให้มีสภาพดี ให้ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ประหยัดมิให้สิ้นเปลือง สูญเปล่า เสียหาย หรือเสื่อมสลายก่อนเวลาอันสมควร

7.9.6 บทกำหนดโทษพนักงาน

กรณีที่พนักงานปฏิบัติตนในลักษณะที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ ให้พิจารณาไปตาม โครงสร้างการจัดองค์กรของบริษัทฯ และระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ทั้งนี้ ให้แต่ละฝ่ายงานเป็นผู้พิจารณาเองใน เบื้องต้นและสรุปเรื่องส่งต่อให้ผู้บังคับบัญชาระดับสูงและสายงานที่เกี่ยวข้องต่อไป เพื่อตัดสินใจพร้อมทั้งระบุโทษ ตามความเหมาะสมต่อไป แต่หากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นรุนแรงและก่อให้เกิดความเสียหายเป็นอย่างมาก ไม่อาจอยู่ในวินัยของต้นสังกัดได้ ก็ให้นำเรื่องเข้าสู่ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาหาข้อสรุปและกำหนดโทษต่อไป

การกำหนดโทษ

1. ตักเตือนด้วยวาจา
2. ตักเตือนด้วยหนังสือ
3. ตัดคำจ้าง
4. พักงาน
5. เลิกจ้าง โดยไม่จ่ายค่าชดเชยภายใต้กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน
6. ดำเนินคดีตามกฎหมาย

7.10 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญของนโยบาย แนวปฏิบัติ และการกำกับดูแลกิจการในรอบปีที่ผ่านมา

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชันส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มจัดทำนโยบาย แนวปฏิบัติ และการกำกับดูแลกิจการ ตั้งแต่ปี 2564 โดยคณะกรรมการบริษัทฯ มีการทบทวนและประเมินการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีไปปรับใช้ให้ เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจของบริษัทฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในรอบปีที่ผ่านมามีบริษัทฯ ได้ดำเนินการเกี่ยวกับนโยบาย แนวปฏิบัติ และการกำกับดูแลกิจการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. การทบทวนนโยบายด้านการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ ได้ดำเนินการ ทบทวนกฎบัตรและนโยบายของบริษัทฯ ประจำปี 2567 เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่ดีใน ระดับสากล และรองรับการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนพบว่าไม่มี ประเด็นที่จำเป็นต้องปรับปรุงหรือแก้ไขในปีนี จึงยังคงใช้กฎบัตรและนโยบายเดิมโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทฯ จะยังคงติดตามและประเมินความเหมาะสมของกฎบัตรและนโยบายเป็นประจำทุกปี เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และ ข้อกำหนดที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต

2. การปรับปรุงระเบียบอำนาจอนุมัติของบริษัทฯ (Levels of Authority – LOA)

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้อนุมัติการแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบ อำนาจอนุมัติของบริษัทฯ จำนวน 4 ครั้ง เพื่อให้เหมาะสมกับ โครงสร้างองค์กรและการดำเนินงานของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ครั้งที่ 1/2567 วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567
- 2) ครั้งที่ 2/2567 วันที่ 14 พฤษภาคม 2567
- 3) ครั้งที่ 3/2567 วันที่ 13 สิงหาคม 2567
- 4) ครั้งที่ 4/2567 วันที่ 12 พฤศจิกายน 2567

3. การปรับปรุงโครงสร้างองค์กร (Organization Chart)

คณะกรรมการบริษัทฯ ได้อนุมัติ การแก้ไขเพิ่มเติมโครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ จำนวน 3 ครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับ
กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจและการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ครั้งที่ 1/2567 วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

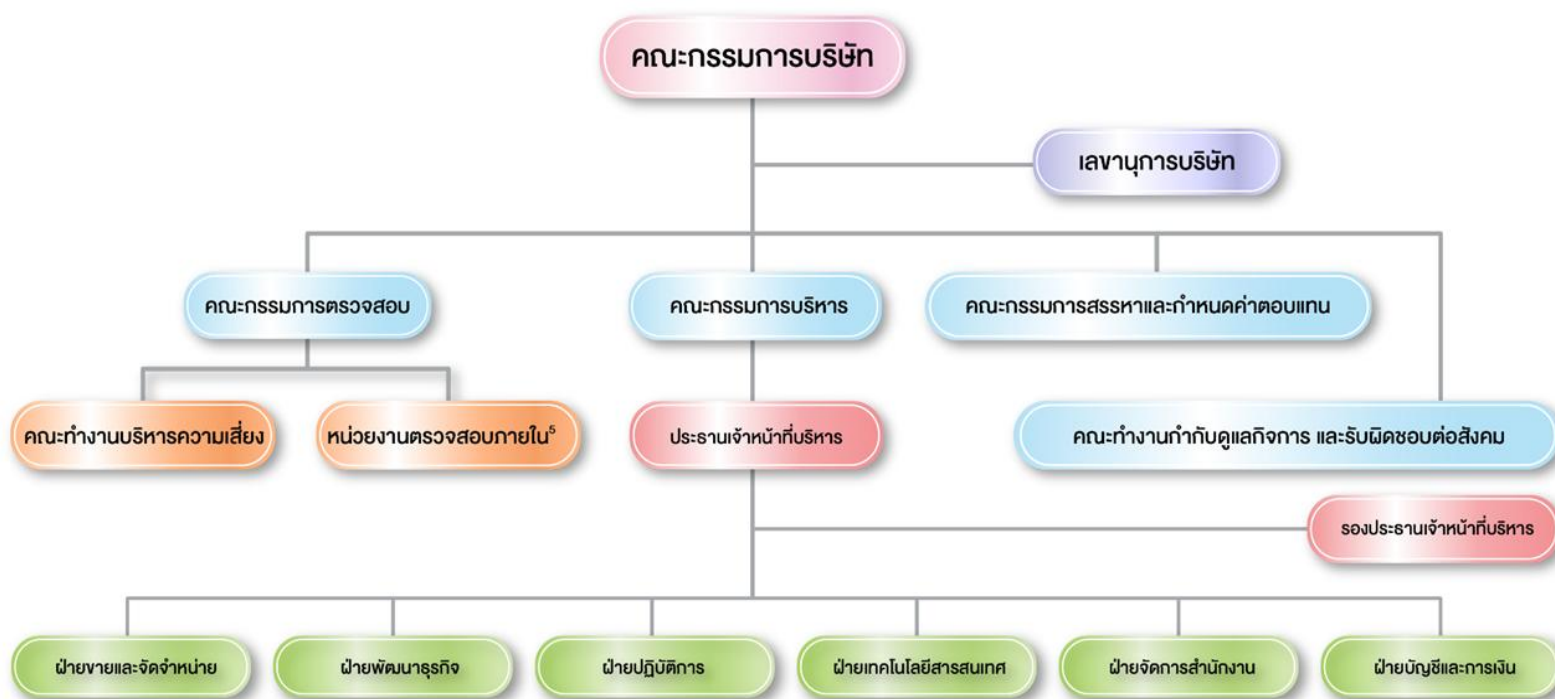
ครั้งที่ 3/2567 วันที่ 13 สิงหาคม 2567

ครั้งที่ 4/2567 วันที่ 12 พฤศจิกายน 2567

8. โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ และข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อย ผู้บริหาร พนักงาน และอื่นๆ

8.1 โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการ

บริษัทฯ มีโครงสร้างการจัดการตามที่ได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2567 ดังนี้



หมายเหตุ : ⁵ บริษัทฯ ได้ว่าจ้าง บริษัท ออดิท เฮ้าส์ จำกัด เป็นผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทฯ โดยมี นายรณมา วงศ์แสงนาค เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายใน (สัญญาว่าจ้างสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567)

8.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการบริษัทฯ

8.2.1 องค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัทฯ

โครงสร้างการจัดการของบริษัทฯ ประกอบด้วย คณะกรรมการบริษัทฯ และคณะกรรมการชุดย่อย 5 ชุด ได้แก่ คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน คณะทำงานบริหารความเสี่ยง คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคมและคณะกรรมการบริหาร เพื่อทำหน้าที่ควบคุมดูแลนโยบายภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงาน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการบริษัทฯ ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 8 คน โดยมีกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารและเป็นอิสระจำนวน 3 ท่าน (ร้อยละ 37.50 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด) ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด และกรรมการที่เป็นผู้บริหาร จำนวน 5 ท่าน (ร้อยละ 62.5 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด) โดยเป็นกรรมการชาย จำนวน 2 คน และกรรมการหญิง จำนวน 6 คน ซึ่งทุกท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ที่หลากหลายทั้งด้านธุรกิจ/การจัดการ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมโดยตรง/โดยอ้อม บัญชีการเงินและการตรวจสอบ กฎหมาย เทคโนโลยีสารสนเทศ และกำกับดูแล สังคมและสิ่งแวดล้อม

วาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัทฯ

ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีทุกครั้ง ให้กรรมการออกจากตำแหน่งจำนวนหนึ่งในสาม (1/3) ของจำนวนกรรมการในขณะนั้นถ้าจำนวนกรรมการแบ่งออกให้ตรงเป็นสามส่วนไม่ได้ ก็ให้ออกโดยจำนวนใกล้เคียงที่สุดกับส่วนหนึ่งในสาม (1/3)

โดยข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง และประวัติกรรมการปรากฏในเอกสารแนบ 1 “รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ, ผู้บริหาร, ผู้มีอำนาจควบคุม, ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน, ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี, และเลขานุการบริษัทฯ”

8.2.2 ข้อมูลคณะกรรมการและผู้มีอำนาจควบคุมบริษัทฯรายบุคคล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการบริษัทฯ ประกอบด้วย กรรมการ จำนวน 8 ท่าน ดังนี้



ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวกนกพร สัยยะสิทธิพานิชย์	ประธานคณะกรรมการบริษัทฯ กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ และประธานคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและ รับผิดชอบต่อสังคม
2	นางนฤนาท ศราภียวานิช ¹	กรรมการบริษัทฯ ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ กรรมการอิสระ และกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
3	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	กรรมการบริษัทฯ กรรมการอิสระ กรรมการตรวจสอบ ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม
4	นายภักดี เหล่างาม	กรรมการบริษัทฯ ประธานคณะกรรมการบริหาร และคณะทำงานบริหารความเสี่ยง
5	นางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์	กรรมการบริษัทฯ และรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
6	นายธรรธิป เหล่างาม	กรรมการบริษัทฯ กรรมการบริหาร และ ประธานคณะทำงานบริหารความเสี่ยง
7	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณะพันธ์ ¹	กรรมการบริษัทฯ กรรมการบริหาร คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม และคณะทำงานบริหารความเสี่ยง
8	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	กรรมการบริษัทฯ กรรมการบริหาร กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน และคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม

หมายเหตุ : ¹นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณะพันธ์ ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัทฯ มีผลวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

8.2.2.1 กรรมการผู้มีอำนาจลงลายมือชื่อผูกพันบริษัทฯ

กรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ คือ นายภักดี เหล่างาม หรือนางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์ หรือนางสาวจงรัก ฐานิสโร กรรมการสองในสามคนนี้ลงลายชื่อร่วมมือ และประทับตราสำคัญของบริษัทฯ

8.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทฯ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

8.2.3.1 ขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทฯ

1. ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวังและความซื่อสัตย์สุจริต โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ เป็นสำคัญ รวมทั้งต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับบริษัทฯ ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น
2. กำหนดและพิจารณาอนุมัติวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจ เป้าหมาย แนวทาง นโยบาย แผนงานการดำเนินธุรกิจ งบประมาณ โครงสร้างการบริหารจัดการ อำนาจอนุมัติของบริษัทฯ การกำหนดนโยบายการลงทุน การขยายกิจการ การประชาสัมพันธ์ กำหนดแผนการเงิน รายงานประจำปี งบประมาณรวมทั้งงบประมาณประจำปี การบริหารทรัพยากรบุคคล และการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามที่คณะกรรมการบริหารนำเสนอ รวมทั้งควบคุมกำกับดูแล (Monitoring and Supervision) การบริหาร การจัดการและติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายบริหารของทั้งบริษัทฯ ให้เป็นไปตามนโยบาย

- แผนงาน และงบประมาณที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามนโยบายทางธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่บริษัทฯ และผู้ถือหุ้น
3. ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานที่ของคณะกรรมการบริหารและฝ่ายจัดการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้บรรลุกลยุทธ์และเป็นไปตามแผนงานและงบประมาณ
 4. พิจารณานโยบายแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามที่กำหนดในพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 และกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงประกาศข้อบังคับและ/หรือระเบียบที่เกี่ยวข้องเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ ในกรณีที่เป็นกรรมการแต่งตั้งกรรมการแทนตำแหน่งกรรมการที่ว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ
 5. พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบโดยมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในกฎบัตรคณะกรรมการตรวจสอบและกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน รวมถึงประกาศข้อบังคับและ/หรือระเบียบของตลาดหลักทรัพย์ฯ
 6. พิจารณาแต่งตั้งกรรมการบริหาร โดยคัดเลือกจากกรรมการและ/หรือผู้บริหารของบริษัทฯ และ/หรือบุคคลภายนอกที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กำหนดในกฎบัตรคณะกรรมการบริหาร พร้อมทั้งกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการบริหาร
 7. พิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการชดเชยอื่น พร้อมทั้งกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทฯ
 8. พิจารณาแต่งตั้งกรรมการผู้จัดการที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการผู้จัดการ พร้อมทั้งกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ และกำหนดกรอบและนโยบายสำหรับการกำหนดเงินเดือน การปรับขึ้นเงินเดือน การกำหนดเงินโบนัส ค่าตอบแทน และบำเหน็จรางวัลของกรรมการผู้จัดการ
 9. พิจารณาแต่งตั้งเลขานุการบริษัทฯ พร้อมทั้งกำหนดขอบเขต อำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบเพื่อช่วยเหลือคณะกรรมการบริษัทฯ ในการปฏิบัติงานต่างๆ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎหมาย ประกาศ และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง
 10. พิจารณากำหนดและแก้ไขเปลี่ยนแปลงชื่อกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัทฯ ได้
 11. พิจารณานโยบายการทำการรายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ และ/หรือการทำการรายการที่เกี่ยวข้องกัน เว้นแต่รายการดังกล่าวจะต้องได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ ในการพิจารณานโยบายดังกล่าวจะเป็นไปตามประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ/หรือประกาศ ข้อบังคับ และ/หรือระเบียบที่เกี่ยวข้องของตลาดหลักทรัพย์ฯ
 12. พิจารณานโยบายการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้แก่ผู้ถือหุ้น เมื่อเห็นว่าบริษัทฯ มีกำไรพอสมควรที่จะทำเช่นนั้นและรายงานการจ่ายเงินปันผลดังกล่าวให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบในการประชุมผู้ถือหุ้นคราวต่อไป
 13. จัดทำรายงานประจำปีของคณะกรรมการบริษัทฯ และงบการเงินรวม รวมทั้งงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ ณ วันสิ้นสุดรอบระยะเวลาบัญชีของบริษัทฯ ซึ่งผู้สอบบัญชีตรวจสอบแล้ว เพื่อแสดงถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา และนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาและอนุมัติ
 14. พิจารณาคัดเลือกและให้ความเห็นชอบการเสนอรายชื่อผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ รวมทั้งพิจารณากำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสม ตามที่คณะกรรมการตรวจสอบนำเสนอ ก่อนนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นในการประชุมสามัญประจำปี เพื่อพิจารณาและอนุมัติ
 15. ดำเนินการให้บริษัทฯ นำระบบงานบัญชีที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมาใช้ รวมทั้งจัดให้มีระบบควบคุมภายในและระบบตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพ
 16. พิจารณากำหนดนโยบายด้านการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ให้ครอบคลุมถึงองค์กร และกำกับดูแลให้มีระบบหรือกระบวนการในการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยมีมาตรการรองรับและวิธีควบคุมเพื่อลดผลกระทบต่อกิจการของบริษัทฯ อย่างเหมาะสม
 17. จัดให้มีนโยบายเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี และนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบของบริษัทฯ ตามหลักธรรมาภิบาลที่เป็นลายลักษณ์อักษร อย่างน้อยตามแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์ฯ และ/หรือสำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด และมีการปรับใช้นโยบายดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่าบริษัทฯ มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มด้วยความเป็นธรรม

18. ดูแลไม่ให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียของบริษัทฯ ทั้งนี้ ในกรณีที่กรรมการรายใดมีส่วนได้เสียในธุรกรรมใดที่ทำกับบริษัทฯ หรือมีส่วนได้เสียในการถือหุ้นในบริษัทฯ เพิ่มขึ้นหรือลดลง ให้กรรมการรายดังกล่าวแจ้งให้บริษัทฯ ทราบโดยไม่ชักช้า
19. ดูแลให้มีการเปิดเผยบทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทฯ และคณะกรรมการชุดย่อย จำนวนครั้งของการประชุม และจำนวนครั้งที่กรรมการแต่ละท่านเข้าร่วมประชุมในปีที่ผ่านมา และรายงานผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อยทุกชุด
20. ส่งเสริมให้กรรมการและผู้บริหารของบริษัทฯ เข้าร่วมหลักสูตรสัมมนาต่างๆ ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย ในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการและผู้บริหารนั้น
21. ติดตามและกำกับดูแลการบริหารจัดการและการดำเนินงานต่างๆ ของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามนโยบายที่บริษัทฯ กำหนด กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศคณะกรรมการกำกับตลาดทุน ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยอนุโลมเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายอื่น
22. มอบหมายหรือแต่งตั้งบุคคลอื่นใดให้ดำเนินกิจการของบริษัทฯ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการบริษัทฯ หรืออาจมอบอำนาจเพื่อให้บุคคลดังกล่าวมีอำนาจ และ/หรือภายในเวลาตามที่คณะกรรมการบริษัทฯ เห็นสมควร ซึ่งคณะกรรมการบริษัทฯ อาจยกเลิก เพิกถอน เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขอำนาจนั้นๆ ได้

8.2.3.2 ขอบเขต อำนาจ หน้าที่และความรับผิดชอบของประธานกรรมการ

1. ประธานกรรมการมีหน้าที่เรียกประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ โดยส่งหนังสือนัดประชุมไม่น้อยกว่า 7 วันก่อนวันประชุม เพื่อให้กรรมการมีเวลาเพียงพอที่จะศึกษา พิจารณา และตัดสินใจอย่างถูกต้องในเรื่องต่างๆ ในการประชุมคณะกรรมการ เว้นแต่เป็นกรณีจำเป็นเร่งด่วน เพื่อรักษาสิทธิหรือประโยชน์ของบริษัทฯ ให้สามารถแจ้งการนัดประชุมโดยวิธีอื่นหรือกำหนดวันประชุมให้เร็วกว่านั้นก็ไว้
2. มีบทบาทในการกำหนดระเบียบวาระการประชุมร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
3. สนับสนุนให้กรรมการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ และทำหน้าที่ประธานในที่ประชุมเพื่อควบคุมการประชุมให้มีประสิทธิภาพ จัดสรรเวลาให้เพียงพอที่ฝ่ายจัดการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องจะนำเสนอข้อมูล สนับสนุนและเปิดโอกาสให้กรรมการซักถามและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ควบคุมประเด็นการอภิปราย และสรุปมติที่ประชุม
4. มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้กรรมการปฏิบัติตามหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดี
5. สื่อสารข้อมูลสำคัญต่างๆ ให้คณะกรรมการบริษัทฯ ได้ทราบ
6. สนับสนุนให้กรรมการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้น และทำหน้าที่เป็นประธานในที่ประชุม เพื่อควบคุมการประชุมให้มีประสิทธิภาพและตอบข้อซักถามของผู้ถือหุ้น
7. กำกับดูแล และติดตามให้คณะกรรมการบริษัทฯ ปฏิบัติหน้าที่ตามขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์และ หลักขององค์กร และเป็นไปตามกฎหมาย และตามหลักการทำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ
8. เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกรรมการที่เป็นผู้บริหารและไม่เป็นผู้บริหาร รวมถึงคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ

8.3 ข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการ และคณะทำงานชุดย่อย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีคณะกรรมการชุดย่อยจำนวน 3 ชุด ได้แก่

- 1) คณะกรรมการตรวจสอบ
- 2) คณะกรรมการบริหาร
- 3) คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

และคณะทำงานชุดย่อย จำนวน 2 ชุด ได้แก่

- 1) คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม
- 2) คณะทำงานบริหารความเสี่ยง

8.3.1 ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ และคณะทำงานชุดย่อย

8.3.1.1 ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ

1. สอบทานให้บริษัทฯ มีรายงานทางการเงินอย่างถูกต้องและเปิดเผยอย่างเพียงพอ โดยการประสานงานกับผู้สอบบัญชี และผู้บริหารที่รับผิดชอบจัดทำรายงานทางการเงินทั้งในรายไตรมาสและประจำปี คณะกรรมการตรวจสอบอาจแนะนำให้ผู้สอบบัญชีสอบทานหรือตรวจสอบรายการใดๆ ที่เห็นว่าจำเป็นและเป็นเรื่องสำคัญในระหว่างการตรวจสอบบัญชีของบริษัทฯ ก็ได้
2. สอบทานให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีระบบการควบคุมภายใน (internal control) และระบบการตรวจสอบภายใน (internal audit) ที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยสอบทานร่วมกับผู้สอบบัญชีและผู้ตรวจสอบภายใน และพิจารณาความเป็นอิสระของหน่วยงานตรวจสอบภายใน ตลอดจนให้ความเห็นชอบในการพิจารณาแต่งตั้ง โยกย้าย เลิกจ้าง และกำหนดค่าตอบแทนของหัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายใน หรือหน่วยงานอื่นใดที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบภายใน รวมทั้งอนุมัติแผนการตรวจสอบภายใน ตลอดจนมอบหมายงานแก่เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายในเพื่อสนับสนุนงานของคณะกรรมการตรวจสอบ
3. สอบทานให้บริษัทฯ ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง
4. พิจารณาคัดเลือกและเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และเสนอค่าตอบแทนของผู้สอบบัญชีดังกล่าว โดยคำนึงถึงความน่าเชื่อถือ ความเพียงพอของทรัพยากร ปริมาณงานตรวจสอบของสำนักงานตรวจสอบบัญชีนั้น รวมถึงประสบการณ์ของบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้ทำการตรวจสอบบัญชีของบริษัทฯ นอกจากนี้ คณะกรรมการตรวจสอบต้องเข้าร่วมประชุมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วยอย่างน้อยปีละครั้ง
5. พิจารณาให้ความเห็นการเข้าทำรายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัทฯ ตามข้อกำหนดของกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่ารายการดังกล่าวเหมาะสมและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทฯ
6. จัดทำรายงานของคณะกรรมการตรวจสอบโดยเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ ซึ่งรายงานดังกล่าวลงนามโดยประธานกรรมการตรวจสอบ และรายงานดังกล่าวควรประกอบด้วยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - 6.1. ความเห็นเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำและการเปิดเผยข้อมูลในรายงานทางการเงินของบริษัทฯ ถึงความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นที่เชื่อถือได้
 - 6.2. ความเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ
 - 6.3. ความเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ
 - 6.4. ความเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของผู้สอบบัญชี
 - 6.5. ความเห็นเกี่ยวกับรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษัทฯ
 - 6.6. จำนวนการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ และการเข้าร่วมประชุมของกรรมการตรวจสอบแต่ละท่าน
 - 6.7. ความเห็นหรือข้อสังเกตโดยรวมที่คณะกรรมการตรวจสอบได้รับจากการปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมาย (charter)
 - 6.8. รายงานอื่นใดที่เห็นว่าผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนทั่วไปควรทราบ ภายใต้ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทฯ
7. สอบทาน ทบทวน และให้ความเห็นเกี่ยวกับนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของคณะกรรมการตรวจสอบ เช่น นโยบายบัญชี นโยบายการกำกับดูแลกิจการ นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและการต่อต้านการคอร์รัปชัน เป็นต้น

8. สอบถามความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงและแบบประเมินตนเองเกี่ยวกับมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัทฯ ตามโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต และให้ความเห็นในรายงานผลการประเมินการกำกับดูแลกิจการและความรับผิดชอบต่อสังคมและการต่อต้านการคอร์รัปชันของบริษัทฯ ตามโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต
9. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทฯ มอบหมายและคณะกรรมการตรวจสอบเห็นชอบด้วย เช่น ทบทวนนโยบายการบริหารทางการเงินและการบริหารความเสี่ยง ทบทวนการปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจของผู้บริหาร ทบทวนร่วมกับผู้บริหารของบริษัทฯ ในรายงานสำคัญๆ ต้องเสนอต่อสาธารณชนตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ บทรายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหาร เป็นต้น
10. มีอำนาจในการดำเนินการตรวจสอบและสอบสวนตามที่จำเป็นในเรื่องต่างๆ ซึ่งมีข้อบ่งชี้ได้ว่าอาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อชื่อเสียง ฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ รวมถึงผลประโยชน์ที่ผู้ถือหุ้นพึงได้รับ เช่น
 - 10.1. รายการที่อาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์
 - 10.2. สงสัยหรือสันนิษฐานว่าอาจมีการทุจริตหรือมีสิ่งผิดปกติหรือมีความบกพร่องที่สำคัญในระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ
 - 10.3. ข้อสงสัยว่าอาจมีการฝ่าฝืนกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ
 - 10.4. รายงานอื่นใดที่เห็นว่าคณะกรรมการบริษัทฯ ควรทราบ
11. คณะกรรมการตรวจสอบมีอำนาจในการแสวงหาความเห็นที่เป็นอิสระจากที่ปรึกษาทางวิชาชีพอื่นใด เมื่อเห็นว่าจำเป็นด้วยค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ เพื่อให้การปฏิบัติงานภายใต้หน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมสำเร็จลุล่วงด้วยดี
12. หากคณะกรรมการตรวจสอบได้รายงานต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ถึงสิ่งที่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน และได้มีการหารือร่วมกันกับคณะกรรมการบริษัทฯ และผู้บริหารแล้วว่าต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไข เมื่อครบกำหนดเวลาที่กำหนดไว้ร่วมกัน หากคณะกรรมการตรวจสอบพบว่าการเพิกเฉยต่อการดำเนินการแก้ไขดังกล่าวโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร กรรมการตรวจสอบรายใดรายหนึ่งอาจรายงานสิ่งที่พบดังกล่าวต่อสำนักงาน ก.ล.ต. หรือตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้

8.3.12 ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหาร

1. จัดทำวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจ เป้าหมาย แนวทาง นโยบาย แผนการดำเนินธุรกิจ งบประมาณ โครงสร้างการบริหารงาน และอำนาจอนุมัติของบริษัทฯ เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทฯ เห็นชอบและอนุมัติ และดำเนินการตามที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริษัทฯ รวมถึงตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานดังกล่าวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. พิจารณากลับกรองข้อเสนองานของฝ่ายจัดการในการกำหนดนโยบายการลงทุน การขยายกิจการ การประชาสัมพันธ์ กำหนดแผนการเงิน รายงานประจำปี งบประมาณรวมทั้งงบประมาณประจำปี การบริหารทรัพยากรบุคคล และการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการเป็นผู้พิจารณากำหนดต่อไป
3. มีอำนาจแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อการดำเนินกิจการหรือการบริหารงานของบริษัทฯ และการกำหนดอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะทำงาน รวมถึงควบคุมกำกับดูแลให้การดำเนินงานของคณะทำงานที่แต่งตั้งบรรลุตามนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด
4. ติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้เป็นไปตามกรอบนโยบาย และเป้าหมายที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ และกำกับดูแลให้การดำเนินงานมีคุณภาพและประสิทธิภาพ
5. พิจารณาเรื่องการจัดสรรงบประมาณประจำปีตามที่ฝ่ายจัดการเสนอ ก่อนที่จะนำเสนอให้ คณะกรรมการบริษัทฯ พิจารณาและอนุมัติ
6. มีอำนาจพิจารณาอนุมัติการใช้จ่ายทางการเงินในการดำเนินการที่เป็นธุรกรรมปกติของธุรกิจของบริษัทฯ แต่ไม่เกินงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ
7. ศึกษาความเป็นไปได้สำหรับโครงการใหม่ๆ และมีอำนาจพิจารณาอนุมัติเข้าร่วมประมูลงานต่างๆ ตลอดจนเข้าดำเนินงานโครงการต่างๆ ตามที่เห็นสมควร รวมถึงการกำกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าวจนเสร็จการ

8. อนุมัติการใช้จ่ายเงินลงทุนที่สำคัญที่ได้กำหนดไว้ในงบประมาณรายจ่ายประจำปี ตามที่จะได้รับมอบหมายจาก คณะกรรมการบริษัทฯ หรือตามที่คณะกรรมการบริษัทฯ ได้เคยมีมติอนุมัติในหลักการไว้แล้ว
9. อนุมัติการเข้าทำสัญญาและ/หรือธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจปกติของบริษัทฯ (เช่น การ ซื้อขาย การลงทุนหรือร่วมทุนกับบุคคลอื่นเพื่อการทำธุรกรรมตามปกติของบริษัทฯ และเป็นไปเพื่อประโยชน์ ในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของบริษัทฯ ภายในวงเงินตามตารางอำนาจอนุมัติที่ผ่านการอนุมัติจาก คณะกรรมการบริษัทฯ กรณีที่วงเงินเกินงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ ต้องนำเสนอ ต่อคณะกรรมการบริษัทฯ เพื่อขออนุมัติในการประชุมครั้งถัดไป
10. มีอำนาจพิจารณาอนุมัติการกู้ยืมเงิน การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารหรือสถาบันการเงินสำหรับ สนับสนุนการทำธุรกิจตามปกติ เช่น การเปิดบัญชีธนาคาร การปิดบัญชีธนาคาร การจัดหาเงินสินเชื่อ หรือการขอสินเชื่อใดๆ ของบริษัทฯ ตามตารางอำนาจอนุมัติที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ กรณีที่วงเงินเกินงบประมาณที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ ต้องนำเสนอต่อคณะกรรมการ บริษัทฯ เพื่อขออนุมัติในการประชุมครั้งถัดไป และกรณีที่ต้องใช้ทรัพย์สินของบริษัทฯ เป็นหลักประกัน ต้อง นำเสนอขออนุมัติจากคณะกรรมการของบริษัทฯ
11. พิจารณาและติดตามผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และนำเสนอขออนุมัติจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลหรือเงิน ปันผลประจำปี ต่อคณะกรรมการบริษัทฯ
12. กำหนดโครงสร้างองค์กร อำนาจการบริหารองค์กร รวมถึงการแต่งตั้ง การว่าจ้าง การโยกย้าย การเลิก จ้าง การกำหนดเงินค่าจ้าง ค่าตอบแทน โบนัส พนักงานระดับผู้บริหารตั้งแต่ระดับประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายขึ้นไป หรือเทียบเท่าขึ้นไป ยกเว้นตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
13. มีอำนาจแต่งตั้งที่ปรึกษาหรือคณะที่ปรึกษาของคณะกรรมการบริหารได้ตามความเหมาะสมและมีอำนาจ กำหนดค่าตอบแทน ค่าเบี้ยเลี้ยง สวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ของประธานที่ปรึกษา ที่ปรึกษา หรือคณะที่ปรึกษาดังกล่าวได้ตามความเหมาะสม
14. ดำเนินการอื่นใดตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทฯ หรือตามนโยบายที่คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนด
15. มอบอำนาจให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคนปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดแทนคณะกรรมการบริหาร

8.3.13 ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

การสรรหา

1. จัดทำนโยบาย หลักเกณฑ์ และวิธีการในการสรรหากรรมการบริษัทฯ คณะกรรมการชุดย่อย กรรมการ ผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยพิจารณาความเหมาะสมของจำนวน โครงสร้าง และองค์ประกอบ ของคณะกรรมการ กำหนดคุณสมบัติของกรรมการเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทฯ และ/หรือเสนอขอ อนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นแล้วแต่กรณี
2. พิจารณาสรรหาและเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ความชำนาญที่เหมาะสมเพื่อให้บุคคล ดังกล่าวดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทฯ คณะกรรมการชุดย่อย กรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร รวมทั้งพิจารณาประวัติบุคคลดังกล่าวแล้วว่ามีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรต่างๆ ของบริษัทฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องรวมทั้งไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของ บริษัทฯ
3. พิจารณากำหนดนโยบายการหาผู้บริหารมาสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ (Succession Plan)
4. ทบทวนหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหากรรมการ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ก่อนที่จะมีการสรรหา กรรมการที่ครบวาระ
5. ในกรณีที่คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนเสนอชื่อกรรมการที่พ้นวาระกลับเข้าดำรงตำแหน่ง คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาค่าตอบแทนจะพิจารณาผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการรายดังกล่าว และควรนำเสนอผลการปฏิบัติหน้าที่ ผลงาน (Contribution) รวมทั้งประวัติการเข้าร่วมประชุม คณะกรรมการและการประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นใช้ประกอบการพิจารณาด้วย

6. จัดทำแผนการพัฒนากิจกรรมการบริษัทฯ เพื่อพัฒนาความรู้กรรมการบริษัทฯ ปัจจุบันและกรรมการบริษัทฯ เข้าใหม่ให้เข้าใจธุรกิจของบริษัทฯ บทบาทหน้าที่ของกรรมการบริษัทฯ และพัฒนาการต่างๆ ที่สำคัญ เช่น สภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม กฎเกณฑ์หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทฯ เป็นต้น
7. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทฯ ด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

การกำหนดคำตอบแทน

1. จัดทำนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำหนดคำตอบแทนและผลประโยชน์อื่น (ไม่ว่าจะอยู่ในรูปเงินสด หลักทรัพย์ หรืออื่นใด) ของคณะกรรมการบริษัทฯ คณะกรรมการชุดย่อย กรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทฯ และ/หรือเสนอขออนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น
2. จัดทำนโยบายและหลักเกณฑ์ในการประเมินผลงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารเพื่อพิจารณาผลตอบแทนประจำปี
3. เปิดเผยนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำหนดคำตอบแทนและผลประโยชน์อื่น และจัดทำรายงานการกำหนดคำตอบแทนดังกล่าวไว้ในรายงานประจำปีของบริษัทฯ
4. พิจารณากลับกรองโครงสร้างเงินเดือน และผลประโยชน์ตอบแทนอื่นขององค์กร
5. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทฯ ด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

8.3.14 ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะทำงานบริหารความเสี่ยง

1. กำหนดโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงโดยรวมของบริษัทฯ ซึ่งครอบคลุมถึงความเสี่ยงประเภทต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการลงทุน และความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อชื่อเสียงของกิจการ เป็นต้น เพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริษัทฯ ให้ความเห็นชอบ โดยให้สอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงของตลาดหลักทรัพย์และสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย
2. กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางในการบริหารความเสี่ยงของบริษัทฯ ให้สอดคล้องกับนโยบายการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้สามารถประเมิน ติดตาม และควบคุมความเสี่ยงแต่ละประเภทให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยให้หน่วยงานต่างๆ มีส่วนร่วมในการบริหารและควบคุมความเสี่ยง
3. ดูแลและติดตามการปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงภายใต้แนวทางและนโยบายที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัทฯ
4. กำหนดเกณฑ์วัดความเสี่ยงและเพดานความเสี่ยงที่บริษัทฯ จะยอมรับได้
5. กำหนดมาตรการที่จะใช้ในการจัดการความเสี่ยงให้เหมาะสมต่อสภาพการณ์
6. ประเมินความเสี่ยงในระดับองค์กร และกำหนดวิธีการบริหารความเสี่ยงนั้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมทั้งควบคุมดูแลให้มีการบริหารความเสี่ยงตามวิธีการที่กำหนดไว้
7. ทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างเพียงพอที่จะควบคุมความเสี่ยง
8. มีอำนาจในการเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาชี้แจงหรือแต่งตั้งและกำหนดบทบาทที่ให้ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับมีหน้าที่บริหารความเสี่ยงตามความเหมาะสม และให้รายงานต่อคณะทำงานบริหารความเสี่ยงเพื่อการบริหารความเสี่ยงบรรลุวัตถุประสงค์
9. รายงานผลเกี่ยวกับการบริหาร การดำเนินงาน สถานะความเสี่ยงของบริษัทฯ และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมถึงสิ่งที่ต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ที่กำหนดต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทฯ อย่างสม่ำเสมอ
10. จัดทำคู่มือการบริหารความเสี่ยง
11. ระบุความเสี่ยงด้านต่างๆ พร้อมทั้งวิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งแนวโน้มซึ่งมีผลกระทบต่อบริษัทฯ
12. จัดทำแผนงานเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยง
13. ประเมินผลและจัดทำรายงานการบริหารความเสี่ยง

14. จัดวางระบบบริหารความเสี่ยงแบบบูรณาการโดยเชื่อมโยงระบบสารสนเทศ
15. ปฏิบัติงานอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการบริษัทฯ เห็นสมควร

8.3.1.5 ขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม

1. พิจารณากำหนดแนวทางเสนอแนะแนวนโยบาย / แนวปฏิบัติเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมทางธุรกิจตามระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อคณะกรรมการบริษัทฯ และฝ่ายจัดการ เพื่อกำหนดเป็นระเบียบปฏิบัติขององค์กร ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแนวทางปฏิบัติขององค์กรที่ได้มาตรฐานเป็นแนวทางที่ถูกต้อง และเพื่อให้บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย
2. กำกับดูแลให้คำปรึกษา ประเมินผล และทบทวนนโยบายและการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จรรยาบรรณธุรกิจ และนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อพัฒนาและยกระดับระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ สู่มาตรฐานสากล
3. ปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริษัทฯ มอบหมาย

8.3.2 รายชื่อของคณะกรรมการ และคณะทำงานชุดย่อย

8.3.2.1 คณะกรรมการตรวจสอบ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการตรวจสอบ ประกอบด้วยกรรมการอิสระ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง
1	นางนฤนาท ศราภัยวานิช	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ
2	นางสาวกนกพร สัยยะสิทธิ์พานิชย์	กรรมการตรวจสอบ
3	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	กรรมการตรวจสอบ

8.3.2.2 คณะกรรมการบริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วยกรรมการบริหาร จำนวน 6 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง
1	นายภักดี เหล่างาม	ประธานคณะกรรมการบริหาร
2	นางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์	กรรมการบริหาร
3	นายธรริป เหล่างาม	กรรมการบริหาร
4	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณ์พันธ์	กรรมการบริหาร
5	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	กรรมการบริหาร
6	นางสาวสุภาพร ไมตรี ¹	กรรมการบริหาร

หมายเหตุ : ¹นางสาวสุภาพร ไมตรี ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการบริหาร โดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2567

เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

8.3.2.3 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน ประกอบด้วยกรรมการ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง
1	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	ประธานคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
2	นางนฤนาถ ศรีภักย์วานิช	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
3	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน

8.3.2.4 คณะทำงานบริหารความเสี่ยง

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะทำงานบริหารความเสี่ยง ประกอบด้วย คณะทำงาน จำนวน 4 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง
1	นายธรรธิป เหล่างาม	หัวหน้าคณะทำงานบริหารความเสี่ยง
2	นายภักดี เหล่างาม	คณะทำงานบริหารความเสี่ยง
3	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณะพันธ์	คณะทำงานบริหารความเสี่ยง
4	นางสาวสุภาพร โมตรี ¹	คณะทำงานบริหารความเสี่ยง

หมายเหตุ : ¹นางสาวสุภาพร โมตรี ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นสมาชิกคณะทำงานบริหารความเสี่ยงโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

8.3.2.5 คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย คณะทำงาน จำนวน 4 ท่าน ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง
1	นางสาวกนกพร สัยยะสิทธิพานิชย์	หัวหน้าคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม
2	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม
3	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณะพันธ์	คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม
4	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม

8.4 ผู้บริหาร

8.4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหาร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 มีผู้บริหารจำนวนทั้งสิ้น 6 ท่าน ดังนี้



ลำดับ	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง
1	นายภักดี เหล่างาม	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
2	นางประครองศิริ สุกธิกาวุฒิ	รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
3	นายธรริป เหล่างาม	ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
4	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณะพันธ์	ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ
5	นางสาวจงรัก ชูนิสโร	ผู้อำนวยการฝ่ายจัดการสำนักงาน
6	นางสาวสุภาพร โมตรี ¹	ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน

หมายเหตุ : ¹นางสาวสุภาพร โมตรี ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการบริหารโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

ทั้งนี้ ข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องของผู้บริหารของบริษัทฯ ปรากฏตาม เอกสารแนบ 1 “รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ, ผู้บริหาร, ผู้มีอำนาจควบคุม, ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน, ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี, และเลขานุการบริษัทฯ”

8.4.2 นโยบายและวิธีการกำหนดค่าตอบแทนผู้บริหาร

บริษัทฯ มีการกำหนดค่าตอบแทนของผู้บริหารให้อยู่ในอัตราที่เหมาะสม และสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และโครงสร้างรายได้ของผู้บริหารของกลุ่มบริษัทฯ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยพิจารณาถึงเป้าหมายขององค์กร และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตลอดจนบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหาร ทั้งนี้ การจ่ายค่าตอบแทนของผู้บริหารจะเป็นไปตามหลักเกณฑ์และนโยบายที่คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนกำหนดไว้

8.4.3 ค่าตอบแทนผู้บริหาร

8.4.3.1 ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีการจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้บริหาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเภทค่าตอบแทน	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2566	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2567
จำนวนผู้บริหาร (คน)	7	6
เงินเดือน และโบนัส (ล้านบาท)	19.36	22.76
ค่าตอบแทนอื่นๆ อาทิ กองทุน ประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินเกษียณ	1.34	1.58

หมายเหตุ : ผู้บริหาร หมายถึง ตำแหน่งระดับผู้อำนวยการฝ่ายขึ้นไป

ทั้งนี้ ค่าตอบแทนผู้บริหารจะประกอบด้วย เงินเดือน ค่าเดินทาง และค่าตอบแทนอื่นๆ ประกอบด้วย กองทุนประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เงินเกษียณ

8.5 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลากร

8.5.1 จำนวนบุคลากร

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีบุคลากร (ไม่รวมผู้บริหาร) ทั้งหมด จำนวน 183 คน ซึ่งแบ่งตามสายงานได้ดังต่อไปนี้

ฝ่าย	จำนวนบุคลากร (คน)		
	วันที่ 31 ธันวาคม 2565	วันที่ 31 ธันวาคม 2566	วันที่ 31 ธันวาคม 2567
ฝ่ายพัฒนารัฐกิจ	17	21	14
ฝ่ายขายและจัดจำหน่าย ¹	-	-	19
ฝ่ายวางแผนและออกแบบ ³	6	8	-
ฝ่ายปฏิบัติการ	79	90	96
ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง ⁴	12	12	-

ฝ่าย	จำนวนบุคลากร (คน)		
	วันที่ 31 ธันวาคม 2565	วันที่ 31 ธันวาคม 2566	วันที่ 31 ธันวาคม 2567
ฝ่ายจัดการสำนักงาน	18	19	28
ฝ่ายบัญชีและการเงิน	9	11	13
ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ²	-	-	13
รวม	141	161	183

หมายเหตุ: เนื่องจากการปรับโครงสร้างองค์กร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ ได้เพิ่ม ฝ่ายขายและจำหน่ายสินค้า¹ รวมทั้งฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ² นอกจากนี้ยังได้มีการปรับเปลี่ยนแผนกออกแบบ³ให้ถูกรวมเข้าอยู่ภายใต้ฝ่ายปฏิบัติการ และฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง⁴ให้ถูกรวมเข้าอยู่ภายใต้ฝ่ายจัดการสำนักงาน

7.5.2 การเปลี่ยนแปลงจำนวนบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจบริษัทฯ มีการเพิ่มจำนวนผู้บริหารและพนักงานเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทฯ มีจำนวนผู้บริหารและพนักงานทั้งสิ้น 148 คน หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้น จากปีก่อน 16.21%

- ณ สิ้นปี 2566 บริษัทฯ มีจำนวนผู้บริหารและพนักงานทั้งสิ้น 168 คน หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 11.90%

- ณ สิ้นปี 2567 บริษัทฯ มีจำนวนผู้บริหารและพนักงานทั้งสิ้น 189 คน หรือคิดเป็นอัตราเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 11.11% แบ่งเป็นเพศหญิง 126 คน (66.67%) เพศชาย 63 คน (33.33%) และจำนวนพนักงานผู้พิการ 5 คน

สถิติการลาออก

- ณ สิ้นปี 2565 จำนวน 41 คน
- ณ สิ้นปี 2566 จำนวน 46 คน
- ณ สิ้นปี 2567 จำนวน 67 คน

7.5.3 ค่าตอบแทนบุคลากร

ประเภทค่าตอบแทน	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2566	สำหรับปีบัญชีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2567
จำนวนบุคลากร (คน)	161	183
เงินเดือน และโบนัส (ล้านบาท)	63.21	76.87
ค่าตอบแทนอื่นๆ อาทิ กองทุน ประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าคอมมิชชั่น เงินเกษียณ	1.58	2.24

ทั้งนี้ ค่าตอบแทนบุคลากรไม่รวมผู้บริหาร จะประกอบด้วย เงินเดือน ค่าเดินทาง ค่าสิทธิหรือ เบี้ยเลี้ยง เบี้ยขยัน และค่าตอบแทนอื่นๆ จะประกอบด้วย กองทุนประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าคอมมิชชั่น เงินเกษียณ

ผลตอบแทนพนักงาน

- 1) ค่าตอบแทนที่เป็นเงินเดือนและโบนัส

บริษัทฯ มีนโยบายค่าตอบแทนที่เหมาะสมและเป็นธรรม โดยพิจารณาจากความสามารถ ผลงาน และศักยภาพของพนักงานผ่านตัวชี้วัดสมรรถนะหลัก (KPI)

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังปรับค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับค่าครองชีพและทิศทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการเติบโตระยะยาว เพื่อให้พนักงานได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรมและเติบโตไปพร้อมกับองค์กรอย่างยั่งยืน

2) ค่าตอบแทนอื่น

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพภายใต้การจัดการของบริษัทฯ หลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงศรี จำกัด ภายใต้ชื่อ “กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ อยุรยามาสเตอร์ฟันด์” เพื่อเป็นการส่งเสริมการออมของพนักงาน โดยบริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายสมทบในอัตราส่วนร้อยละ 2 ของค่าจ้างสำหรับบริษัทฯ ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 บริษัทฯ มีบุคลากรและผู้บริหาร จำนวน 43 คนที่เข้าร่วมโครงการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ คิดเป็นร้อยละ 22.75 ของจำนวนบุคลากรและผู้บริหารทั้งหมดของบริษัทฯ

สวัสดิการบริษัทฯ

เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน บริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในการจัดสวัสดิการที่สอดคล้องกับกฎหมายและความจำเป็นทางธุรกิจ นอกเหนือจากสวัสดิการพื้นฐานที่กฎหมายกำหนด บริษัทฯ ยังได้ปรับปรุงและเสริมสร้างสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ โดยมีการจัดสวัสดิการต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. บริษัทฯ ได้จัดให้มีผลประโยชน์ในรูปแบบเงินช่วยเหลือแก่พนักงานในโอกาสต่างๆ อาทิ เงินช่วยเหลืองานมงคลสมรส ค่าทำขวัญบุตร และเงินช่วยเหลืองานฌาปนกิจ เพื่อเป็นการสนับสนุนและแสดงความห่วงใยในสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น
2. เพื่อสวัสดิภาพของผู้บริหาร บริษัทฯ จึงจัดสวัสดิการด้านประกันสุขภาพ เพื่อดูแลและเสริมสร้างความมั่นคงด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่อง
3. เพื่อให้พนักงานได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม บริษัทฯ จึงได้จัดสวัสดิการด้านประกันอุบัติเหตุให้แก่พนักงาน พร้อมทั้งจัดการอำนวยความสะดวกในการเข้ารับการรักษาพยาบาล
4. บริษัทฯ จัดสวัสดิการด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงาน เพื่อสนับสนุนให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกสบาย และตอบสนองความต้องการในการทำงานได้อย่างเต็มที่ อาทิ คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย อุปกรณ์สำนักงานที่ครบครัน โต๊ะและเก้าอี้ โซฟต์แวร์สนับสนุนการทำงาน และอุปกรณ์เสริมสำหรับการประชุมออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกในการทำงาน

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทฯ มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพที่บริหารโดย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด และจดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ภายใต้ชื่อ “กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ อยุรยามาสเตอร์ฟันด์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการออมของพนักงาน ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้กำหนดนโยบายการสมทบเงินเข้ากองทุนในอัตรา 2% ของเงินเดือนพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 มีพนักงานและผู้บริหารของบริษัทฯ รวมทั้งสิ้น 43 คน ที่เข้าร่วมโครงการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ คิดเป็น 22.75% ของจำนวนพนักงานและผู้บริหารทั้งหมดของบริษัทฯ

8.5.4 จำนวนผู้ให้บริการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด (Outsource)

ปี	กรอบจำนวนพนักงานผู้ให้บริการภายนอกที่ปฏิบัติงาน ต่อเดือน (คน)	จำนวนพนักงานผู้ให้บริการภายนอกที่ปฏิบัติงานรวมโดยเฉลี่ย ต่อเดือน (คน)
2565	500 - 1,400	1,000
2566	1,000 - 1,600	1,300
2567	1,300 - 1,600	1,415

8.5.5 ข้อพิพาทด้านแรงงานที่มีนัยสำคัญในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา

-ไม่มี-

8.5.6 นโยบายการพัฒนาบุคลากร

บริษัทฯ มุ่งมั่นดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาล โปร่งใส เป็นธรรม และรับผิดชอบต่อสังคม ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างองค์กรและระบบการทำงานให้มีความคล่องตัว เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

บริษัทฯ ตระหนักว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรสำคัญ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ และจริยธรรมของพนักงาน เพื่อรองรับการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility) และนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ

8.5.6.1 แนวทางการพัฒนา

การพัฒนาศักยภาพบุคลากร บริษัทฯ ดำเนินโครงการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะประจำปี 2567 โดยมีหัวข้อในการฝึกอบรม ดังนี้

1. **On-The-Job Training (OJT)** เรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดระยะเวลาการเรียนรู้
2. **Sale Skill Development** พัฒนากิจกรรมการขาย เทคนิคการนำเสนอ และการบริหารลูกค้า
3. **AI & Digital Transformation** ศึกษาเทคโนโลยี เช่น Generative AI และ ChatGPT เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
4. **Negotiation & Communication** พัฒนากิจกรรมเจรจาต่อรองและการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือ
5. **Green Office & Sustainability** สนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน
6. **Vision & Leadership** พัฒนาภาวะผู้นำและวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนองค์กร

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนากิจกรรมความสามารถของพนักงาน ด้วยการจัดคอร์สฝึกอบรมทั้งรูปแบบออนไลน์ โดยออกแบบเนื้อหาหลักสูตรให้สอดคล้องตามเป้าหมายทางธุรกิจ ทั้งจากหน่วยงานภายในและพาร์ทเนอร์จากสถาบันฝึกอบรมภายนอก เพื่อพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานของบริษัทฯ ทั้งนี้ในปี 2567 จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยการฝึกอบรมพนักงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย มีดังนี้

จำนวนพนักงานบริษัทฯ (คน)	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมของพนักงานทั้งปี (ชั่วโมง)	จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมเฉลี่ย ต่อคนต่อปี (ชั่วโมง)
189	2,644	6

8.5.6.2 เพิ่มกิจกรรมส่งเสริมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยของพนักงาน

บริษัทฯ ได้จัดอบรมด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัยเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2567 เพื่อเสริมสร้างความรู้และความตระหนักเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน การอบรมครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ เช่น มาตรการป้องกันอุบัติเหตุ การใช้อุปกรณ์ PPE การซ้อมหนีไฟ และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น



การอบรมดับเพลิงและฝึกซ้อมหนีไฟ



การอบรมวิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

8.6 ข้อมูลสำคัญอื่นๆ

8.6.1 บุคคลที่รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมและกำกับดูแลงานบัญชี

ชื่อ : นางอรรวิกา ช่วยดี ดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการแผนกบัญชี

การศึกษา : ปริญญาโท สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาตรี สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์ : ปี 2562 - ปัจจุบัน ผู้จัดการแผนกบัญชี บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่น เอเชีย จำกัด (มหาชน)

ปี 2561 – 2562 ผู้จัดการแผนกบัญชี บริษัท กรุงเทพ อาร์ ไอ เอ. จำกัด

ทั้งนี้ ข้อมูลและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องของผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงินปรากฏในเอกสารแนบ 1 “รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี และเลขานุการบริษัทฯ”

8.6.2 เลขานุการบริษัทฯ

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทฯ ครั้งที่ 1/2566 (บริษัทมหาชนจำกัด) เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2566 มีมติแต่งตั้ง นางสาวจวงรัก ชูนิสโร เป็นเลขานุการบริษัทฯ โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบตามที่กำหนดในมาตรา 89/15 และมาตรา 89/16 ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 (รวมถึงที่มีการแก้ไขเพิ่มเติม) ด้วยความรับผิดชอบ ความระมัดระวัง และความซื่อสัตย์สุจริต รวมทั้งต้องปฏิบัติตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับบริษัทฯ มติคณะกรรมการบริษัทฯ ตลอดจนมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น โดยคุณสมบัติของผู้ดำรงตำแหน่งเป็นเลขานุการบริษัทฯ ปรากฏในเอกสารแนบ 1 “รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี และเลขานุการบริษัทฯ”

8.6.3 หัวหน้าฝ่ายตรวจสอบภายใน

ที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567 มีมติได้แต่งตั้ง บริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด ให้เป็นผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทฯ ประจำปี 2567 ซึ่งเป็นบริษัทภายนอก โดยมี นายรณ วังศ์แสงนาค เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายใน คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน ขอบเขตการปฏิบัติงาน แผนการตรวจสอบประจำปี พิจารณารายงานผลการตรวจสอบ การติดตามผลการแก้ไขตามรายงานการตรวจสอบประเด็นที่มีนัยสำคัญ ให้คำแนะนำในการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานตรวจสอบให้มีประสิทธิภาพ โดยคุณสมบัติของผู้ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายใน ปรากฏในเอกสารแนบ 3 “รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายใน”

8.6.3 นักลงทุนสัมพันธ์ และข้อมูลเพื่อการติดต่อ

เพื่อให้การเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญเป็นไปอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และโปร่งใส บริษัทฯ ได้แต่งตั้งนักลงทุนสัมพันธ์ และมอบหมายให้ นางสาวจริญญา เมฆใหม่ ดำรงตำแหน่งเป็นเจ้าหน้าที่นักลงทุนสัมพันธ์ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่อผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุน รวมทั้งข้อมูลทางการเงิน เช่น ผลการดำเนินงานและงบการเงินรายไตรมาส รายงานและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารรายไตรมาส เป็นต้น ให้ผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนได้ทราบอย่างสม่ำเสมอ เท่าเทียม และครบถ้วนตามความเป็นจริง

ที่อยู่ : บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)
51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร 10230

โทรศัพท์: 02-118-3999 ต่อ 201

อีเมล : ir@marketconnections.co.th

เว็บไซต์ : <https://www.marketconnectionsasia.com/>

8.7 ค่าตอบแทนผู้สอบบัญชี

8.7.1 ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (Audit Fee)

ผู้ให้บริการ	ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี (ล้านบาท)	
	งวดปี 2566	งวด ปี 2567
บริษัท สยาม ทูร สอบบัญชี จำกัด	1.20	1.30

หมายเหตุ : ค่าตอบแทนจากการสอบบัญชี ไม่รวมค่าใช้จ่ายอื่นที่เบิกตามจริง (Out of Pocket Expense)

8.7.2 ค่าบริการอื่น (Non-Audit Fee)

ผู้ให้บริการ	ประเภทของงานบริการอื่น (Non-Audit Service)	ค่าตอบแทนที่นอกเหนือจากการสอบบัญชี (ล้านบาท)	
		งวดปี 2566	งวดปี 2567
บริษัท สยาม ทูร สอบบัญชี จำกัด	การสอบทานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Audit)	0.18	0.25
	งานจัดเตรียมข้อมูล สำหรับการยื่นขอจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	0.50	0.00

9. รายงานผลการดำเนินงานสำคัญด้านการกำกับดูแลกิจการ

9.1 สรุปผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการในรอบปีที่ผ่านมา

ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทในรอบปี 2567 ซึ่งสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 สามารถสรุปได้ดังนี้

คณะกรรมการบริษัทได้ดำเนินการติดตามรายงานผลการดำเนินงานและสถานะทางการเงินของบริษัทในทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทฯ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและราบรื่น รวมถึงเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ในอนาคต นอกจากนี้ คณะกรรมการยังได้กำกับดูแลความเพียงพอของระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ และบริหารความเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนกำกับให้มีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนและผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทยังมีบทบาทสำคัญในการร่วมกันพิจารณาวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี กฎระเบียบ และความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวและพัฒนาแนวทางการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป อันจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทฯ ในระยะยาว

ทั้งนี้ คณะกรรมการบริษัทมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบของกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ รวมถึงปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ตามแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกำหนด ตลอดจนยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 (Corporate Governance Code for Listed Companies 2017) ตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างโปร่งใส มีธรรมาภิบาล และเป็นประโยชน์สูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

9.1.1 การสรรหา พัฒนา และประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

9.1.1.1 กรรมการบริษัท และกรรมการอิสระ

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะเป็นผู้ทำการสรรหาและเสนอชื่อนบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดในกฎบัตรของคณะกรรมการบริษัท จากนั้นจะนำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาแต่งตั้งเป็นกรรมการของบริษัทฯ ต่อไป บริษัทฯ มีนโยบายการแต่งตั้งกรรมการอิสระที่มีความเป็นอิสระอย่างแท้จริงจากฝ่ายบริหารและปราศจากความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือความสัมพันธ์อื่นใดอันอาจมีอิทธิพลต่อการใช้ดุลยพินิจอย่างเป็นอิสระ จำนวนไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมดและต้องไม่ต่ำกว่า 3 คน โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการบริษัท ประกอบด้วยกรรมการอิสระ 3 ท่าน จากจำนวนกรรมการทั้งหมด 8 ท่าน ซึ่งไม่น้อยกว่าหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมด

โดยกรรมการของบริษัทฯ ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. กรรมการบริษัทต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และมีเวลาอย่างเพียงพอที่จะอุทิศความรู้ ความสามารถและปฏิบัติหน้าที่ให้แก่บริษัทได้
2. กรรมการบริษัทมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด กฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งต้องไม่มีลักษณะที่แสดงถึงการขาดความเหมาะสมที่จะได้รับความไว้วางใจให้บริหารจัดการกิจการที่มีมหาชนเป็นผู้ถือหุ้นตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด

3. กรรมการบริษัทสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทอื่นได้ แต่ทั้งนี้ ในการเป็นกรรมการดังกล่าว ต้องไม่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการของบริษัทและต้องเป็นไปตามแนวทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์ฯ”)

4. กรรมการบริษัทจะต้องไม่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัท หรือเข้าเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือเป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดชอบในห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือเป็นกรรมการของบริษัทอื่นที่ประกอบกิจการอันมีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการ ของบริษัทไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ตนหรือเพื่อประโยชน์ผู้อื่น เว้นแต่จะได้แจ้งให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบก่อนที่จะมีมติแต่งตั้ง

5. กรรมการอิสระต้องมีคุณสมบัติเกี่ยวกับความเป็นอิสระตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด และต้องสามารถดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นทุกรายได้เท่าเทียมกันและไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ นอกจากนั้น ยังต้องสามารถเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัทโดยให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระได้

6. กรรมการบริษัทแต่ละท่านสามารถดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทจดทะเบียนอื่นให้เหมาะสมกับลักษณะหรือสภาพธุรกิจของบริษัทได้

นิยามกรรมการอิสระ

กรรมการอิสระตามความหมายของบริษัท มีคุณสมบัติดังนี้

1. ถือหุ้นไม่เกินร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัท บริษัทใหญ่บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ทั้งนี้ ให้นับรวมการถือหุ้นของผู้ที่เกี่ยวข้องของกรรมการอิสระรายนั้นๆ ด้วย
2. ไม่เป็นหรือเคยเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่ได้เงินเดือนประจำ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทบริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทย่อยลำดับเดียวกัน ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือของผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการ ทั้งนี้ ลักษณะต้องห้ามดังกล่าวไม่รวมถึงกรณีที่กรรมการอิสระเคยเป็นข้าราชการ หรือที่ปรึกษาของส่วนราชการซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท
3. ไม่เป็นบุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรือโดยการจดทะเบียนตามกฎหมายใน ลักษณะที่เป็นบิดา มารดา คู่สมรส พี่น้องและบุตร รวมทั้งคู่สมรสของบุตร ของกรรมการรายอื่น ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้มีอำนาจควบคุม หรือบุคคลที่จะได้รับการเสนอให้เป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท หรือบริษัทย่อย
4. ไม่มีหรือเคยมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อยบริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท ในลักษณะที่อาจเป็นการขัดขวางการใช้วิจารณญาณอย่างอิสระของตน รวมทั้งไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย หรือผู้มีอำนาจควบคุมของผู้ที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการ ความสัมพันธ์ทางธุรกิจตามวรรคหนึ่งของข้อ 4. นี้รวมถึงการทำการรายการทางการเงินที่กระทำเป็นปกติเพื่อประกอบกิจการการเช่าหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์รายการเกี่ยวกับสินทรัพย์ หรือบริการ หรือการให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงินด้วยการรับหรือให้กู้ยืม ค่าประกัน การให้สินทรัพย์เป็นหลักประกันหนี้สิน รวมถึงพฤติกรรมอื่นที่ตนเองทำนองเดียวกัน ซึ่งเป็นผลให้บริษัท หรือคู่สัญญาที่มีภาระหนี้ที่ต้องชำระต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ตั้งแต่ร้อยละ 3 ของสินทรัพย์ที่มีตัวตนสุทธิของบริษัท หรือตั้งแต่ยี่สิบล้านบาทขึ้นไปแล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่า ทั้งนี้ การคำนวณภาระหนี้ดังกล่าวให้เป็นไปตามวิธีการคำนวณมูลค่าของรายการที่เกี่ยวข้องกันตามประกาศ คณะกรรมการกำกับตลาดทุนว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันโดยอนุโลม แต่ในการพิจารณาภาระหนี้ดังกล่าวให้นับรวมภาระหนี้ที่เกิดขึ้นในระหว่าง 1 ปีก่อนวันที่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับ

บุคคลเดียวกันไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่บริษัทย่อย บริษัทร่วมผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของสำนักงานสอบบัญชีซึ่งมีผู้สอบบัญชีของบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัทสังกัดอยู่ เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการ

5. ไม่เป็นหรือเคยเป็นผู้ให้บริการทางวิชาชีพใดๆ ซึ่งรวมถึงการให้บริการเป็นที่ปรึกษากฎหมาย หรือที่ปรึกษาทางการเงิน ซึ่งได้รับค่าบริการเกินกว่าสองล้านบาทต่อปีจากบริษัท บริษัทใหญ่ บริษัทย่อย บริษัทร่วม ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้มีอำนาจควบคุมของบริษัท และไม่เป็นผู้ถือหุ้นที่มีนัย ผู้มีอำนาจควบคุม หรือหุ้นส่วนของผู้ให้บริการทางวิชาชีพนั้นด้วย เว้นแต่จะได้พ้นจากการมีลักษณะดังกล่าวมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปีก่อนวันที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการ
6. ไม่เป็นกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกรรมการของบริษัท ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือผู้ถือหุ้นซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่
7. ไม่ประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกัน และเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อยหรือไม่เป็นหุ้นส่วนที่มีหุ้นอยู่ในห้างหุ้นส่วน หรือเป็นกรรมการที่มีส่วนร่วมบริหารงาน ลูกจ้าง พนักงาน ที่ปรึกษาที่รับเงินเดือนประจำ หรือถือหุ้นเกินร้อยละ 1 ของจำนวนหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงทั้งหมดของบริษัทอื่นซึ่งประกอบกิจการที่มีสภาพอย่างเดียวกันและเป็นการแข่งขันที่มีนัยกับกิจการของบริษัท หรือบริษัทย่อย
8. ไม่มีลักษณะอื่นใดที่ทำให้ไม่สามารถให้ความเห็นอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท

ปัจจุบันบริษัทมีกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน คิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 37.5 ของกรรมการทั้งคณะ ได้แก่ (1) รศ.ดร. นฤนาถ ศราภัยวานิช (2) ดร.กนกพร สัยยะสิทธิพานิชย์ (3) นางศรรัตน์ บุตรานนท์ โดยกรรมการอิสระมีความเป็นอิสระจากผู้ถือหุ้นรายใหญ่และฝ่ายบริหารของบริษัทมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดข้างต้น ทั้งนี้ ในระยะเวลาบัญชีที่ผ่านมา กรรมการอิสระไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจหรือให้บริการทางวิชาชีพแก่บริษัท

นอกจากนี้ กรรมการอิสระที่ดำรงตำแหน่งกรรมการตรวจสอบอย่างน้อย 1 คน เป็นบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการบัญชีหรือการเงินเพียงพอที่จะสามารถทำหน้าที่ในการสอบทานความน่าเชื่อถือของงบการเงินได้ ทั้งนี้ บริษัทจะพิจารณาคุณสมบัติในด้านอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ประสบการณ์ในธุรกิจ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและการกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นต้น

9.1.1.2 การเลือกตั้งและวาระการดำรงตำแหน่งของกรรมการบริษัท

1. การแต่งตั้งกรรมการบริษัทให้เป็นไปตามข้อบังคับของบริษัทและข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ จะต้องมีความโปร่งใสและชัดเจน โดยการพิจารณาจะต้องมีประวัติการศึกษาและประสบการณ์การประกอบวิชาชีพของบุคคลนั้นๆ โดยมีรายละเอียดที่เพียงพอเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้น
2. คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจะเป็นผู้ทำการสรรหาและเสนอชื่อบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในกฎบัตรนี้ เพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท โดยจะนำเสนอชื่อบุคคลดังกล่าวต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทและ/หรือที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาเลือกตั้งต่อไป (แล้วแต่กรณี) ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยสามารถเสนอชื่อบุคคล เพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการได้ตามหลักเกณฑ์การให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ ซึ่งจะมีการแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า โดยให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นเลือกตั้งกรรมการตามหลักเกณฑ์ และวิธีการดังต่อไปนี้
 - (1) ผู้ถือหุ้นคนหนึ่งมีคะแนนเสียงเท่ากับ 1 หุ้นต่อ 1 เสียง
 - (2) ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะใช้คะแนนเสียงที่มีอยู่ทั้งหมดตาม (1) เลือกตั้งบุคคลเดียวหรือหลายคน เป็นกรรมการก็ได้ ในกรณีเลือกตั้งบุคคลหลายคนเป็นกรรมการจะแบ่งคะแนนเสียงให้แก่ผู้ใดมากน้อยเพียงใดไม่ได้

- (3) บุคคลที่ได้รับคะแนนเสียงข้างมากของจำนวนเสียงทั้งหมดของผู้ถือหุ้นที่มาประชุม และออกเสียงลงคะแนน และได้คะแนนเสียงสูงสุดตามลำดับลงมาเป็นผู้ได้รับเลือกตั้ง ในลำดับถัดลงมาได้คะแนนเสียงเท่ากัน เกินจำนวนกรรมการที่พึงมีหรือพึงเลือกตั้งในครั้งนั้น ให้ประธานในที่ประชุมเป็นผู้ออกเสียงชี้ขาด
3. ให้กรรมการบริษัท ดำรงตำแหน่งคราวละ 3 ปี และเมื่อครบกำหนดออกตามวาระ อาจได้รับพิจารณาเลือกตั้ง ให้เป็นกรรมการบริษัทต่อไปได้
 4. ในกรณีที่เป็นการแต่งตั้งกรรมการแทนตำแหน่งกรรมการที่ว่างลงเพราะเหตุอื่นนอกจากถึงคราวออกตามวาระ ให้คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนเลือกบุคคลซึ่งมีคุณสมบัติครบถ้วน ตามที่ระบุไว้ในกฎบัตรนี้และ ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย และนำเสนอชื่อบุคคลดังกล่าวต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเพื่อแต่งตั้งเข้า ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัทแทนในการประชุมคณะกรรมการคราวถัดไป เว้นแต่วาระของกรรมการผู้นั้นจะเหลือ น้อยกว่า 2 เดือน ทั้งนี้ บุคคลซึ่งเข้ารับตำแหน่ง เป็นกรรมการในกรณีดังกล่าวให้อยู่ในตำแหน่งเพียงเท่าวาระที่ยัง เหลืออยู่ของกรรมการบริษัทซึ่งพ้นจากตำแหน่ง
 5. ในการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีทุกครั้งที่ให้กรรมการบริษัทออกจากตำแหน่งจำนวน 1 ใน 3 ของจำนวน กรรมการในขณะนั้น ถ้าจำนวนกรรมการจะแบ่งออกให้ตรงเป็นสามส่วนไม่ได้ ก็ให้ออกโดยจำนวนใกล้เคียงกับส่วน 1 ใน 3 โดยกรรมการบริษัทซึ่งพ้นจากตำแหน่งอาจได้รับเลือกให้กลับเข้ามารับตำแหน่งได้ ทั้งนี้ กรรมการที่จะต้อง ออกจากตำแหน่งในปีแรกและปีที่สอง ภายหลังจดทะเบียนบริษัทนั้นให้จับสลากกัน ส่วนปีหลัง ๆ ต่อไปให้กรรมการ คนที่อยู่ในตำแหน่งนานที่สุดนั้นเป็นผู้ออกจากตำแหน่ง
 6. กรรมการอิสระจะมีวาระการดำรงตำแหน่งต่อเนื่องไม่เกิน 9 ปี นับจากวันที่ได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการ อิสระเป็นครั้งแรก เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาแล้วถึงความเหมาะสมผลของความจำเป็น คณะกรรมการบริษัทอาจบุคคลดังกล่าวให้ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการอิสระของบริษัทต่อไป
 7. นอกจากการพ้นจากตำแหน่งตามวาระดังกล่าวแล้ว กรรมการบริษัทอาจพ้นจากตำแหน่งเมื่อ
 - 1) ตาย
 - 2) ลาออก
 - 3) ขาดคุณสมบัติการเป็นกรรมการบริษัท หรือมีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัดหรือ มีลักษณะที่แสดงถึงการขาดความเหมาะสมที่จะได้รับความไว้วางใจให้บริหารจัดการกิจการ ที่มีมหาชน เป็นผู้ถือหุ้นตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (และที่แก้ไขเพิ่มเติม) รวมทั้ง ประกาศของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง
 - 4) ที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติให้พ้นจากตำแหน่ง (ด้วยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสามในสี่ของจำนวนผู้ถือหุ้น ซึ่งมา ประชุมและมีสิทธิออกเสียงและมีหุ้นนับรวมกันได้ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนหุ้นที่ถือ โดยผู้ถือหุ้น ที่มาประชุมและมีสิทธิออกเสียง)
 - 5) ศาลมีคำสั่งให้ออกกรรมการบริษัทคนใดจะลาออกจากตำแหน่งให้ยื่นหนังสือลาออกต่อบริษัท โดยการ ลาออกนั้นจะมีผลนับแต่วันที่ระบุให้มีผลในหนังสือลาออก

9.11.3 การสรรหากรรมการ

บริษัท ได้กำหนดให้ขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบในการสรรหาและคัดเลือกกรรมการ ดังต่อไปนี้

1. จัดทำนโยบาย หลักเกณฑ์ และวิธีการในการสรรหากรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย กรรมการผู้จัดการ และ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยพิจารณาความเหมาะสมของจำนวน โครงสร้าง และองค์ประกอบของคณะกรรมการ กำหนดคุณสมบัติของกรรมการเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือเสนอขออนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น แล้วแต่กรณี
2. พิจารณาสรรหาและเสนอชื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสม มีความรู้ความชำนาญที่เหมาะสมเพื่อให้บุคคลดังกล่าว ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย กรรมการผู้จัดการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหาร รวมทั้ง พิจารณาประวัติบุคคลดังกล่าวแล้วว่ามีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในกฎบัตรต่างๆ ของบริษัทและกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท
3. พิจารณากำหนดนโยบายการหาผู้บริหารมาสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ (Succession Plan)
4. ทบทวนหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหากรรมการ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทก่อนที่จะมีการสรรหากรรมการ ที่ครบวาระ

5. ในกรณีที่คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนเสนอชื่อกรรมการที่พ้นวาระกลับเข้าดำรงตำแหน่ง คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจะพิจารณาผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการรายดังกล่าว และควรนำเสนอผลการปฏิบัติหน้าที่ ผลงาน (Contribution) รวมทั้งประวัติการเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการและการประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้ผู้ถือหุ้นใช้ประกอบการพิจารณาด้วย
6. จัดทำแผนการพัฒนากฎกรรมการบริษัทเพื่อพัฒนาความรู้กรรมการบริษัทปัจจุบันและกรรมการบริษัทเข้าใหม่ให้เข้าใจธุรกิจของบริษัท บทบาทหน้าที่ของกรรมการบริษัท และพัฒนาการต่างๆ ที่สำคัญ เช่น สภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม กฎเกณฑ์หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท เป็นต้น
7. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน

9.11.4 การสรรหากฎกรรมการบริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้บริหารของบริษัทฯ

บริษัทมีนโยบายการสรรหาผู้บริหารมาสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ ได้แก่ ระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และระดับผู้บริหาร ตั้งแต่ระดับประธานเจ้าหน้าที่ฝ่าย ซึ่งจะคัดเลือกโดยคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนและ/หรือคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งในการสรรหา/คัดเลือก ตามหลักเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามารับผิดชอบในตำแหน่งงานบริหารที่สำคัญของบริษัท ดังต่อไปนี้

1. ระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

พิจารณาสรรหา/คัดเลือก และวางแผนสืบทอดตำแหน่งงาน โดยมีคณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนเป็นผู้จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งในระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้พิจารณา สำหรับการสรรหาคัดเลือกบุคคลเข้าดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทน ได้จัดให้มีการติดตามความคืบหน้าแผนสืบทอดตำแหน่งเมื่อตำแหน่งผู้บริหารระดับกรรมการผู้จัดการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ประธานกรรมการบริหาร วางลงหรือผู้อยู่ในตำแหน่งไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งได้ บริษัทจะมีระบบการให้ผู้บริหารในระดับใกล้เคียง หรือระดับรองเป็นผู้รักษาการในตำแหน่ง จนกว่าจะมีการสรรหาและคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ที่บริษัทกำหนด และต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร

สำหรับการสรรหาผู้บริหารระดับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการสรรหาและพิจารณาคำตอบแทนจะเป็นผู้พิจารณาเบื้องต้นในการกลั่นกรองสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติครบถ้วน เหมาะสม มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท และเข้าใจในธุรกิจของบริษัทเป็นอย่างดี สามารถบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่คณะกรรมการบริษัทกำหนดไว้ และนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณาอนุมัติแต่งตั้ง ทั้งนี้ เพื่อรักษาความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน องค์กร ตลอดจนพนักงาน ว่าในการดำเนินงานของบริษัทฯ จะได้รับการสานต่ออย่างกันทั่วทั้งที่

2. ระดับผู้บริหาร ตั้งแต่ระดับประธานเจ้าหน้าที่ฝ่าย

เมื่อตำแหน่งระดับผู้บริหาร ตั้งแต่ระดับประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายวางลง หรือผู้อยู่ในตำแหน่งไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งได้ บริษัทจะนำเสนอผู้สืบทอดตำแหน่งที่คัดเลือกไว้เสนอต่อคณะกรรมการบริหาร และ/หรือคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งในการสรรหา/คัดเลือก ทั้งนี้การวางแผนการสืบทอดตำแหน่งของบริษัทระดับผู้บริหารมีกระบวนการดังนี้

- 2.1. วิเคราะห์สถานการณ์การประกอบธุรกิจของบริษัทในด้านกลยุทธ์ นโยบาย แผนการลงทุน และแผนงานการขยายตัว
- 2.2. ประเมินความพร้อมของกำลังคนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว
- 2.3. กำหนดแผนสร้างความพร้อมของกำลังคนโดยจะพัฒนาพนักงานหรือสรรหาพนักงานเพื่อเตรียมทดแทนคนที่ออก
- 2.4. สร้างแผนสรรหาพนักงาน (Recruitment) และพัฒนาฝึกอบรมพนักงาน (Employee Training and Development) ไว้ล่วงหน้าก่อนพนักงานจะเกษียณหรือออกจากตำแหน่งก่อนเวลา

- 2.5. กำหนดคุณสมบัติ (Qualifications) และความสามารถ (Competencies) ซึ่งหมายถึง ความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพ และทัศนคติที่พึงปรารถนาของพนักงานในตำแหน่งนั้นๆ และจัดทำแผนพัฒนาเป็นรายบุคคล (Individual Development Plan)
- 2.6. คัดเลือก ประเมินผลงาน และประเมินศักยภาพของพนักงานเพื่อพิจารณาความเหมาะสม
- 2.7. ใช้เครื่องมือทดสอบและประเมินบุคลากรเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของพนักงาน
- 2.8. ระบุผู้สืบทอดตำแหน่งจากการประเมินและวิเคราะห์ศักยภาพผลงาน โดยมีการแจ้งให้พนักงานทราบล่วงหน้า เพื่อเตรียมรับมือและเรียนรู้งานและกำหนดหาผู้สืบทอดตำแหน่งสำรอง
- 2.9. พัฒนาและประเมินพนักงานที่คาดว่าจะเป็นผู้สืบทอดตำแหน่งว่าจะสามารถมีพัฒนาการและสร้างผลงาน ตามที่คาดหวังได้จริง กรณีไม่เป็นไปตามคําหมาย ให้ดำเนินการดังนี้
 - 2.9.1 ดำเนินการคัดเลือกและวางแผนการสืบทอดตำแหน่งใหม่ หรือ
 - 2.9.2 พัฒนาผู้สืบทอดตำแหน่งสำรองแทน(ถ้ามี) หรือ
 - 2.9.3 สรรหาและคัดเลือกจากบุคคลภายนอก

เมื่อผู้สืบทอดตำแหน่ง มีคุณสมบัติครบตามตำแหน่งที่มีหน้าที่รับผิดชอบสูงขึ้น และมีตำแหน่งงานว่างลง หรือ มีตำแหน่งงานใหม่ที่สูงขึ้น ให้นำเสนอการปรับเลื่อนตำแหน่งและรักษาการ (Promotion & Acting) ตามนโยบายของ บริษัทเรื่องโครงสร้างตำแหน่งงาน โดยหลักเกณฑ์การพิจารณาปรับเลื่อนตำแหน่งจะได้รับการพิจารณาอนุมัติจาก กรรมการผู้จัดการ และประธานกรรมการบริหาร

9.1.15 การพัฒนากรรมการ

บริษัทฯ ได้มีการส่งกรรมการเข้ารับการอบรมหลักสูตรต่างๆ ของหน่วยงานภายนอก เช่น สมาคมส่งเสริม สถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD) สถาบันวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นต้น เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพียงพอ ต่อการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจและสังคม

9.1.16 การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการบริษัทกำหนดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในรูปแบบของการประเมิน เป็นรายคณะและรายบุคคล รวมทั้งเปิดเผยหลักเกณฑ์ ขั้นตอนการประเมิน โดยผลการประเมินจะนำมาใช้เป็นกรอบในการ พิจารณาทบทวนการปฏิบัติงานในหน้าที่ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ และนำผลการประเมินมาวิเคราะห์การปฏิบัติหน้าที่ของ กรรมการ ตลอดจนนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงกับพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

ผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการ ประจำปี 2567 ดังนี้

ผลการประเมิน	คะแนนเฉลี่ย	(%)	เกณฑ์คะแนน
คณะกรรมการบริษัท	3.84	95.95%	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการตรวจสอบ	3.97	99.32%	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	3.83	95.63%	ดีเยี่ยม
คณะกรรมการบริหาร	3.97	99.14%	ดีเยี่ยม
คณะทำงานบริหารความเสี่ยงองค์กร	3.97	99.24%	ดีเยี่ยม
คณะทำงานดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม	3.86	96.43%	ดีเยี่ยม

หมายเหตุ : เกณฑ์การให้คะแนน 1) 3.60 – 4.00 คือ ดีเยี่ยม 2) 3.00 – 3.59 คือ ดี 3) 2.00 – 2.99 คือ ปานกลาง

4) 0.00 – 1.99 คือ ต้องปรับปรุง

ผลการประเมินตนเองของกรรมการบริษัท (รายบุคคล) ประจำปี 2567 ดังนี้

กรรมการทุกคน (100%) ได้คะแนนมากกว่า 80% อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยมและไม่มีกรรมการที่ได้คะแนนต่ำกว่า 80% คะแนนเฉลี่ยรวมคือ 3.84 จาก 4.00 คิดเป็น 96%

9.1.2 การเข้าร่วมประชุมและการจ่ายค่าตอบแทนคณะกรรมการรายบุคคล

9.1.2.1 การเข้าร่วมประชุม รายละเอียดการเข้าประชุมของคณะกรรมการบริษัทรายบุคคล สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นดังนี้

1) การประชุมคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม/ จำนวนการประชุมคณะกรรมการ ทั้งหมด
1	นางสาวกนกพร สัยยะสิทธิพานิชย์	4/4
2	นางนฤนาถ ศราภัยวานิช	4/4
3	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	4/4
4	นายภักดี เหล่างาม	4/4
5	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	4/4
6	นายธรริป เหล่างาม	4/4
7	นางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์ ¹	3/4
8	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณ์พันธ์ ²	3/4

หมายเหตุ : ¹นางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์ ไม่ได้เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 2/2567

เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2567 เนื่องจากมีเหตุขัดข้องด้านสุขภาพและต้องเข้ารับการรักษายาบาล

²นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณ์พันธ์ ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท ตามมติที่ประชุม
คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

2) การประชุมผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม /จำนวนการประชุมผู้ถือหุ้นทั้งหมด
1	นางสาวกนกพร สัยยะสิทธิพานิชย์	1/1
2	นางนฤนาถ ศราภัยวานิช ¹	0/1
3	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	1/1
4	นายภักดี เหล่างาม	1/1
5	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	1/1
6	นายธรริป เหล่างาม	1/1
7	นางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์ ²	0/1
8	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณ์พันธ์ ³	1/1

หมายเหตุ : ¹นางนฤมาศ ศราภัยวานิช ไม่ได้เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2567 เนื่องจากมีเหตุขัดข้องด้านสุขภาพและต้องเข้ารับการรักษายาบาล

²นางประครองศิริ สุกธรรณิก ไม่ได้เข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นสามัญประจำปี ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2567 เนื่องจากมีเหตุขัดข้องด้านสุขภาพและต้องเข้ารับการรักษายาบาล

³นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณ์พันธ์ ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท ตามมติที่ประชุม คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

ทั้งนี้ ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท บริษัทมีนโยบายกำหนดจำนวนองค์ประชุมต้องมีกรรมการอยู่ไม่น้อยกว่า 2 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด โดยในปี 2567 บริษัทได้จัดการประชุมคณะกรรมการบริษัทรวม 4 ครั้ง นอกจากนี้ กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารยังได้ประชุมร่วมกัน โดยไม่มีฝ่ายบริหาร เพื่อหารือและอภิปรายเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัท

9.1.2.2 นโยบายและวิธีการกำหนดค่าตอบแทนกรรมการ

บริษัทฯ มีการกำหนดค่าตอบแทนของกรรมการให้อยู่ในอัตราที่เหมาะสม และสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และโครงสร้างรายได้ของกรรมการของกลุ่มบริษัทฯ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยพิจารณาถึงเป้าหมายขององค์กร และผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ตลอดจนบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของกรรมการ ทั้งนี้ อำนาจการกำหนดค่าตอบแทนจะอยู่ภายใต้ขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกฏบัตรคณะกรรมการสรรหาและพิจารณา ค่าตอบแทน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. จัดทำนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น (ไม่ว่าจะอยู่ในรูปเงินสด หลักทรัพย์ หรืออื่นใด) ของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท และ/หรือเสนอขออนุมัติต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้น
2. จัดทำนโยบายและหลักเกณฑ์ในการประเมินผลงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหารเพื่อพิจารณาผลตอบแทนประจำปี
3. เปิดเผยนโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าตอบแทนและผลประโยชน์อื่น และจัดทำรายงานการกำหนดค่าตอบแทนดังกล่าวไว้ในรายงานประจำปีของบริษัท
4. พิจารณากลับโครงสร้างโครงสร้างเงินเดือน และผลประโยชน์ตอบแทนอื่นขององค์กร
5. ดำเนินการอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัทด้วยความเห็นชอบของคณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน

**การจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน**

ที่ประชุมสามัญสามัญผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ ประจำปี 2567 เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2567 ได้มีมติอนุมัติค่าตอบแทนของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย ประจำปี 2567 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตำแหน่ง	ค่าตอบแทน ประจำปี 2566	ค่าตอบแทน ประจำปี 2567
	ค่าเบี้ยประชุมต่อครั้ง	ค่าเบี้ยประชุมต่อครั้ง
คณะกรรมการบริษัท		
ประธานกรรมการบริษัท	15,000 บาท	15,000 บาท
กรรมการบริษัท	10,000 บาท	10,000 บาท
คณะกรรมการตรวจสอบ		
ประธานกรรมการตรวจสอบ	15,000 บาท	15,000 บาท
กรรมการตรวจสอบ	10,000 บาท	10,000 บาท
คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน		
ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	12,000 บาท	12,000 บาท
กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	10,000 บาท	10,000 บาท
คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม		
ประธานคณะทำงาน	12,000 บาท	12,000 บาท
คณะทำงาน	10,000 บาท	10,000 บาท

หมายเหตุ : กรรมการที่เป็นผู้บริหารของบริษัทฯ จะไม่ได้รับค่าตอบแทนดังกล่าว
การจ่ายค่าตอบแทนให้เฉพาะกรรมการอิสระที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งในคณะกรรมการบริษัท คณะกรรมการชุดย่อย และคณะทำงานฯ

ตารางต่อไปนี้แสดงคำตอบแทนกรรมการรายบุคคลที่เป็นตัวเงิน (ค่าเบี้ยประชุม) สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	คำตอบแทนกรรมการ (บาท)			
		คณะกรรมการบริษัท	คณะกรรมการตรวจสอบ	คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน	คณะทำงานกำกับดูแลกิจการ และรับผิดชอบต่อสังคม
1	นางสาวกนกพร สัยยะสิริพานิชย์	60,000	40,000	-	12,000
2	นางนฤนาถ ศราภัยวานิช	40,000	60,000	10,000	-
3	นางศกรรัตน์ บุตรานนท์	40,000	40,000	12,000	10,000
4	นายภักดี เหล่างาม	-	-	-	-
5	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	-	-	-	-
6	นายธรริป เหล่างาม	-	-	-	-
7	นางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์	-	-	-	-
8	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณ์พันธ์ ¹	-	-	-	-

หมายเหตุ : ¹นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณ์พันธ์ ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริษัท ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567

เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

9.12.4 คำตอบแทนอื่น หรือสิทธิประโยชน์อื่น

-ไม่มี-

9.13 การกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

ปัจจุบันบริษัทยังไม่มีการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทได้กำหนดนโยบายการลงทุน และการกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม เพื่อรองรับการลงทุนในอนาคต โดยเป็นกรอบการลงทุนในธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่อง ใกล้เคียง หรือก่อให้เกิดประโยชน์และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัท และคำนึงถึงผลตอบแทนของผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ

นอกจากนี้ ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้น คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาการส่งตัวแทนของบริษัทซึ่งมีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจที่บริษัทเข้าลงทุน เข้าเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมของบริษัทฯ ดังกล่าว โดยตัวแทนดังกล่าวอาจเป็นกรรมการผู้อำนวยการ รองกรรมการผู้อำนวยการ และผู้บริหารของบริษัทฯ หรือบุคคลใดๆ ของบริษัทฯ ที่ปราศจากผลประโยชน์ขัดแย้งกับธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเหล่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้บริษัทสามารถควบคุมดูแลกิจการ และการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมได้เสมือนเป็นหน่วยงานหนึ่งของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งว่า การมีระบบการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ จะช่วยดูแลรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ในการลงทุนของบริษัทฯ บริษัทฯ จึงกำหนดให้ตัวแทนของบริษัทจะต้องบริหารจัดการธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้เป็นไปเพื่อผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัทฯ และดูแลให้ปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมนั้นๆ นอกจากนี้การส่งตัวแทนเพื่อเป็นกรรมการในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าวให้เป็นไปตามสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมดังกล่าว

บริษัทฯ จัดให้บริษัทย่อยมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมและเพียงพอ เพื่อป้องกันการทุจริตที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งให้มีระบบงานที่ชัดเจน เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่ามีระบบเพียงพอในการเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่มีนัยสำคัญตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างต่อเนื่องและน่าเชื่อถือ และจัดให้มีกลไกในการตรวจสอบระบบงานดังกล่าวในบริษัทย่อย โดยให้ทีมงาน ผู้ตรวจสอบภายใน คณะกรรมการอิสระของบริษัท สามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยตรง และให้มีการรายงานผลการตรวจสอบระบบงานดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทย่อยมีการปฏิบัติตามระบบงานที่จัดไว้อย่างสม่ำเสมอ

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะติดตามผลประกอบการและผลการดำเนินงานของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมอย่างใกล้ชิด รวมถึงกำกับให้มีการเปิดเผยข้อมูลรายการเกี่ยวโยง และให้มีการจัดเก็บข้อมูลและบันทึกบัญชีของบริษัทย่อยและบริษัทร่วมให้บริษัทตรวจสอบ โดยมีการรายงานผลให้คณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัทรับทราบอย่างสม่ำเสมอเพื่อวางแผนงานและเป้าหมายในการดำเนินงานต่อไป

9.14 การติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการ

9.14.1 การปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ในการดำเนินงานที่ผ่านมา คณะกรรมการของบริษัทได้ปฏิบัติตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ ข้อบังคับ และมติที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ รวมทั้งได้ยึดถือและปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียน (The Principles of Good Corporate Governance of Listed Companies) ตามแนวทางที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาดหลักทรัพย์ฯ”) กำหนด และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2560 (Corporate Governance Code for Listed Companies 2017) ตามแนวทางที่สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (“สำนักงาน ก.ล.ต.”) กำหนด โดยบริษัทฯ ได้ติดตามดูแลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการกำกับดูแลกิจการที่ดีของกรรมการอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ ในปี 2567 ไม่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีแต่อย่างใด

9.14.2 การปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทฯ ให้ความสำคัญต่อการพิจารณารายการต่างๆ อย่างโปร่งใส และเป็นประโยชน์ต่อบริษัทเป็นสำคัญ โดยได้กำหนดนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้มีความสำคัญต่อการพิจารณารายการต่างๆ อย่างโปร่งใส และเป็นประโยชน์ต่อบริษัทเป็นสำคัญ โดยบริษัทฯ ได้ติดตามดูแลการปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทาง

ผลประโยชน์อย่างสม่ำเสมอ โดยกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างของบริษัทฯ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์อย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ ในปี 2567 ไม่มีข้อร้องเรียนและการกระทำผิดที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์แต่อย่างใด

9.14.3 การปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการป้องกันการใช้อิทธิพลภายใน

บริษัทฯ ได้กำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายการดูแลการใช้อิทธิพลภายในอย่างเคร่งครัด โดยห้ามมิให้กรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างของบริษัทฯ นำข้อมูลต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทฯ ที่ยังไม่เปิดเผย ต่อสาธารณชนทั่วไป (“ข้อมูลภายใน”) หรือข้อมูลที่กระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ อันจะทำให้บริษัทฯ เสียหาย หรือเสียเปรียบ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงข้อมูลผลการดำเนินงาน ข้อมูลทางการเงิน หรือข้อมูลอื่นใดของบริษัทฯ ที่ยังไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน (“ความลับทางธุรกิจ”) ไปเปิดเผยไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อมไปใช้ หรือนำไปแสวงหาประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่น อันก่อให้เกิดการได้เปรียบบุคคลอื่น และไม่ว่าจะได้รับผลตอบแทนหรือไม่ก็ตาม รวมทั้งต้องไม่ทำการซื้อขายหลักทรัพย์หรือเข้าผูกพันตามสัญญาซื้อขายล่วงหน้าที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ของบริษัทฯ โดยใช้ข้อมูลภายในของบริษัทฯ ทั้งนี้ จากการติดตามการปฏิบัติตามนโยบายและวิธีการดูแลกรรมการและผู้บริหารมิให้นำข้อมูลภายในของบริษัทฯ ไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน รวมทั้งเพื่อการซื้อขายหลักทรัพย์นั้น ไม่พบว่ามีกรกระทำดังกล่าวโดยกรรมการและผู้บริหารแต่อย่างใด

การเปลี่ยนแปลงการถือครองหลักทรัพย์ของกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูง

จำนวนหลักทรัพย์ที่ถือครอง สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

ลำดับ	ผู้ถือหลักทรัพย์		ก ร ร ม ก า ร / ผู้บริหาร	คู่สมรส บุตรที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ และนิติบุคคลที่เกี่ยวข้อง	สัดส่วนการถือหุ้น (%)
1	ดร. กนกพร	สัณยะสิทธินาณิชย์	-	-	-
2	รศ. ดร. นฤนาถ	ศราภียวานิช	-	-	-
3	นางศรรัตน์	บุตรานนท์	2,000.00	-	0.00
4	นายภักดี	เหล่างาม	39,498,000.00	119,000,000.00	68.91
5	นางประครองศิลป์	สุทธิกาญจน์	300,000.00	-	0.13
6	นายธรราริ	เหล่างาม	601,000.00	-	0.26
7	นางสาวจงรัก	ฐานิสโร	1,000.00	-	0.00
8	นางสาวพรทิพย์	วงศ์ลักษณ์พันธ์	-	-	-
รวม			40,402,000.00	119,000,000.00	69.31

หมายเหตุ: ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ปี 2567 จำนวน 230,000,000 หุ้น

9.14.4 การปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติในการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

บริษัทฯ ได้ติดตามดูแลการปฏิบัติตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างเคร่งครัด และห้ามคณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานเข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องทุจริตคอร์รัปชันทุกรูปแบบทั้งทางตรงและทางอ้อม

ทั้งนี้ 2567 บริษัทฯ ไม่มีข้อร้องเรียนด้านการกระทำทุจริตคอร์รัปชันแต่อย่างใด

9.1.4.5 การรับเรื่องร้องเรียนและแจ้งเบาะแสการกระทำผิด (Whistleblowing)

บริษัทฯ ได้จัดให้มีมาตรการในการแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน เกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย จรรยาบรรณทางธุรกิจ หรือพฤติกรรมที่อาจส่งถึงการทุจริตคอร์รัปชันของกรรมการ ผู้บริหาร หรือพนักงานของกลุ่มบริษัท โดยจัดช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียสามารถแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนมายังบริษัท ได้สะดวกและเหมาะสม โดยผู้แจ้งเบาะแสหรือผู้ร้องเรียนจะต้องระบุรายละเอียดของเรื่องที่แจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียน พร้อมชื่อ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ส่งมายังช่องทางการรับเรื่องตามที่บริษัทกำหนด

1. ช่องทางการรับแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียนการทุจริตคอร์รัปชัน มี 3 ช่องทาง ดังนี้
 - 1) ทางอีเมล : whistleblower@marketconnections.co.th
 - 2) คณะกรรมการตรวจสอบ โดยการส่งทางไปรษณีย์ ตามที่อยู่ 51/859 ซอยนวลจันทร์34 ถนน นวลจันทร์ ตำบลคลองกุ่ม อำเภอเมือง กรุงเทพมหานคร 10230
 - 3) ทางเว็บไซต์ของบริษัท <https://www.marketconnectionsasia.com/>

ทั้งนี้ ปี 2567 บริษัทฯ ไม่มีข้อร้องเรียนและแจ้งเบาะแสการกระทำผิดแต่อย่างใด

9.2 รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

9.2.1 จำนวนครั้งการประชุมและการเข้าประชุมของกรรมการตรวจสอบรายบุคคล

รายละเอียดการเข้าประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด
1	นางนฤนาท ศราภัยวานิช	4/4
2	นางสาวกนกพร สัยยะสิทธิ์พานิชย์	4/4
3	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	4/4

9.2.2 ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบ

สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาเรื่องสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) สอบทานรายงานทางการเงินทั้งรายไตรมาส และประจำปีของบริษัทฯ ร่วมกับผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ และผู้บริหารที่รับผิดชอบรายงานบัญชีการเงินทุกไตรมาส เพื่อสอบทานประเด็นที่สำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าการจัดทำงบการเงินของบริษัท การเปิดเผยข้อมูลประกอบงบการเงิน รายการพิเศษ การปรับปรุงบัญชี และประมาณการที่สำคัญ มีความครบถ้วนเพียงพอ เชื่อถือได้ เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย และมาตรฐานการรายงานทางการเงิน
- 2) สอบทานและทบทวนความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ โดยพิจารณาจากรายงานผลการตรวจสอบของผู้ตรวจสอบภายในและประเมินระบบการควบคุมภายใน รวมทั้งการติดตามการดำเนินการแก้ไขตามรายงานผลการตรวจสอบในประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ ที่ผู้ตรวจสอบภายในและผู้สอบบัญชีเสนอแนะ
- 3) สอบทานรายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัท ได้ดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต.ล.ท.) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และมีความสมเหตุสมผลเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ตลอดจนผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ
- 4) สอบทานการปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงกฎหมายอื่นที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

ของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานของบริษัทมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการควบคุม และการติดตามในประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ

- 5) สอบถามการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทฯ เพื่อให้บริษัทฯ นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี สำหรับบริษัท จดทะเบียน (Corporate Governance Code) ของคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มาปรับใช้ในการกำกับ ดูแลการดำเนินงานของบริษัทฯ และได้กำหนดให้เป็นนโยบายของบริษัทฯ นอกจากนี้ ได้ปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับและจรรยาบรรณของบริษัทฯ พร้อมกับดำเนินธุรกิจด้วยความโปร่งใส เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย พิจารณาคัดเลือกและเสนอแต่งตั้งผู้สอบบัญชีของบริษัท และเสนอคำตอบแทนของผู้สอบบัญชีดังกล่าว โดยคำนึงถึงความน่าเชื่อถือ ความเพียงพอของทรัพยากร ปริมาณงานตรวจสอบของสำนักงานตรวจสอบ บัญชีนั้น รวมถึงประสบการณ์ของบุคลากรที่ได้รับมอบหมายให้ทำการตรวจสอบบัญชีของบริษัท

9.3 รายงานผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ และคณะทำงานชุดย่อยอื่นๆ

9.3.1 คณะกรรมการบริหาร

9.3.1.1 การเข้าร่วมประชุม

รายละเอียดการเข้าประชุมคณะกรรมการบริหาร สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด
1	นายภักดี เหล่างาม	12/12
2	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	12/12
3	นายธรรณี เหล่างาม	12/12
4	นางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์ ¹	10/12
6	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณพันธ์	12/12
7	นางสาวสุภาพร โมตรี ²	11/12

หมายเหตุ : ¹นางประครองศิลป์ สุทธิกาญจน์ ไม่ได้เข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการบริหาร ครั้งที่ 4/2567 เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2567 และครั้งที่ 5/2567 เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2567 เนื่องจากมีเหตุขัดข้องด้านสุขภาพและต้องเข้ารับการรักษาพยาบาล

²นางสาวสุภาพร โมตรี ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการบริหาร ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

9.3.1.2 ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการบริหารได้พิจารณาเรื่องสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) นำเสนอเป้าหมาย กลยุทธ์ทางธุรกิจ และวิธีการดำเนินงานประจำปีต่อคณะกรรมการบริษัท ตลอดจน รับผิดชอบใน การบริหารกิจการของบริษัท ให้เป็นไปตามนโยบาย และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยติดตามการ ดำเนินงานในภาพรวมของบริษัทเป็นประจำทุกเดือน

- 2) รับทราบรายงานทางการเงินของแผนกบัญชีและการเงิน เพื่อให้ผู้สอบบัญชีทำการตรวจสอบหรือสอบทาน และให้ความเห็นชอบต่อการเงินดังกล่าวก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทตามลำดับ
- 3) รับทราบผลการดำเนินงานและเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมทั้งผลการประเมินตามแบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ของแผนกพัฒนาธุรกิจ
- 4) อนุมัติใบเสนอราคา (Quotation) จำนวน 10,000,001 บาทขึ้นไปของแผนกพัฒนาธุรกิจ
- 5) รับทราบผลการปฏิบัติงานของแผนกปฏิบัติการ ประจำปี
- 6) พิจารณาธุรกรรมทางการเงินจากสถาบันทางการเงิน ก่อนนำเสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริษัท
- 7) พิจารณางบประมาณประจำปีของบริษัท เพื่อการว่าจ้าง พัฒนา ส่งเสริมศักยภาพของพนักงานทุกระดับ และลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้สามารถแข่งขันทางธุรกิจได้ ก่อนนำเสนอขออนุมัติต่อคณะกรรมการบริษัท
- 8) พิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมโครงสร้างองค์กรและพิจารณาอำนาจอนุมัติธุรกรรมภายในบริษัทก่อนนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท
- 9) ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการบริหาร และประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีเพื่อให้คณะกรรมการบริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างโปร่งใส และครบถ้วน

คณะกรรมการบริหารมีความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการธุรกิจเพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกลยุทธ์ธุรกิจของบริษัท ภายใต้หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจด้วย ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้องค์กรเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

9.3.2 คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน

9.3.2.1 การเข้าร่วมประชุม

รายละเอียดการเข้าประชุมคณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด
1	นางศกรรัตน์ บุตรานนท์	1/1
2	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	1/1
3	นางนฤนาท ศราภัยวานิช	1/1

9.3.2.2 ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน

สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทนได้พิจารณาเรื่องสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) พิจารณานุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเป็นกรรมการของบริษัท เพื่อทดแทนกรรมการที่ครบกำหนดออกจากตำแหน่งตามวาระจำนวน 2 ท่าน คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้พิจารณาถึงความเหมาะสม คุณสมบัติที่จำเป็นและประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท เห็นว่ากรรมการที่ครบกำหนดออกจากตำแหน่งตามวาระ มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ พ.ร.บ.บริษัทมหาชนฯ กำหนดและเป็นบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ปฏิบัติงานในฐานะกรรมการที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดีมีประวัติการเข้าร่วมประชุมที่ดี รวมถึงมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในที่ประชุม จึงได้เสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567 เพื่อเห็นชอบการเสนอแต่งตั้งกรรมการที่ครบวาระจำนวน 2 ท่านเป็นกรรมการบริษัทต่อไปอีกวาระหนึ่ง และนำเสนอที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 วันที่ 24 เมษายน 2567 เพื่อพิจารณาอนุมัติแต่งตั้ง และแต่งตั้งเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

- 2) กำหนดค่าตอบแทนกรรมการบริษัทและกรรมการชุดย่อย ซึ่งได้แก่ค่าเบี้ยประชุมกรรมการ สำหรับปี 2567 เพื่อขออนุมัติต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 วันที่ 24 เมษายน 2567 ทั้งนี้ การพิจารณา ค่าตอบแทนของกรรมการบริษัทนั้น ได้พิจารณาให้สอดคล้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท
- 3) พิจารณาค่าตอบแทนตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ให้เป็นไปตามมาตรฐานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงสอดคล้องกับผลการดำเนินงานของบริษัท สภาวะเศรษฐกิจ และเป็นไปตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 4) ให้ความเห็นชอบในการทบทวนกฎบัตร และกระบวนการสรรหาตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โดยกำหนดหลักเกณฑ์ ขั้นตอน คุณสมบัติ ให้ชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้รายงานผลการปฏิบัติงานต่อคณะกรรมการบริษัทเพื่อรับทราบอย่างสม่ำเสมอ โดยในรอบปี 2567 คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถด้วยความระมัดระวัง รอบคอบ โปร่งใสและเป็นอิสระ เพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสีย

9.3.3 คณะทำงานบริหารความเสี่ยงองค์กร

9.3.3.1 การเข้าร่วมประชุม

รายละเอียดการเข้าประชุมคณะทำงานบริหารความเสี่ยงองค์กร สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด
1	นายรราริป เหล่างาม	2/2
2	นายภักดี เหล่างาม	2/2
3	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณะพันธ์	2/2
4	นางสาวสุภาพร โมตรี ¹	2/2

หมายเหตุ : ¹นางสาวสุภาพร โมตรี ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งสมาชิกของคณะทำงานบริหารความเสี่ยงตามมติที่ประชุม คณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567

9.3.3.2 ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะทำงานบริหารความเสี่ยงองค์กร

สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะทำงานบริหารความเสี่ยงได้พิจารณาเรื่องสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. กำหนดโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงโดยรวมของบริษัทซึ่งครอบคลุมถึงความเสี่ยงประเภทต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการลงทุน และความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อชื่อเสียงของกิจการ เป็นต้น เพื่อนำเสนอคณะกรรมการบริษัทให้ความเห็นชอบ โดยให้สอดคล้องและเป็นไปตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงของตลาดหลักทรัพย์และสมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย
2. กำหนดยุทธศาสตร์และแนวทางในการบริหารความเสี่ยงของบริษัทให้สอดคล้องกับนโยบายการบริหารความเสี่ยง เพื่อให้สามารถประเมิน ติดตาม และควบคุมความเสี่ยงแต่ละประเภทให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยให้หน่วยงานต่างๆ มีส่วนร่วมในการบริหารและควบคุมความเสี่ยง
3. ดูแลและติดตามการปฏิบัติตามนโยบายการบริหารความเสี่ยงภายใต้แนวทางและนโยบายที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท
4. กำหนดเกณฑ์วัดความเสี่ยงและเพดานความเสี่ยงที่บริษัทจะยอมรับได้
5. กำหนดมาตรการที่จะใช้ในการจัดการความเสี่ยงให้เหมาะสมต่อสถานการณ์

6. ประเมินความเสี่ยงในระดับองค์กร และกำหนดวิธีการบริหารความเสี่ยงนั้นให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ รวมทั้งควบคุมดูแลให้มีการบริหารความเสี่ยงตามวิธีการที่กำหนดไว้
7. รายงานผลเกี่ยวกับการบริหาร การดำเนินงาน สถานะความเสี่ยงของบริษัท และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมถึงสิ่งที่ต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ที่กำหนดต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ
8. จัดทำ และทบทวนคู่มือการบริหารความเสี่ยง ประจำปี
9. ระบุความเสี่ยงด้านต่างๆ พร้อมทั้ง วิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งแนวโน้มซึ่งมีผลกระทบต่อบริษัท
10. จัดทำแผนงานเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยง
11. ประเมินผลและจัดทำรายงานการบริหารความเสี่ยง เพื่อรายงานในที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัท

โดยคณะทำงานบริหารความเสี่ยงได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ตามกฎบัตรของคณะทำงานบริหารความเสี่ยงที่ได้กำหนดไว้อย่างเพียงพอและครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะทำงานบริหารความเสี่ยงมีความเห็นว่าการบริหารและการดำเนินงานของบริษัทมีระบบการบริหารความเสี่ยง และการตรวจสอบที่เหมาะสม เชื่อถือได้ ตลอดจนบริษัทมีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

9.3.4 คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบสังคม

9.3.4.1 การเข้าร่วมประชุม

รายละเอียดการเข้าประชุมคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบสังคม สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 เป็นดังนี้

ลำดับ	ชื่อ – สกุล	จำนวนครั้งที่เข้าร่วมประชุม / การประชุมทั้งหมด
1	นางสาวกนกพร สัยยะสิริพานิชย์	1/1
2	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	1/1
3	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณะพันธ์	1/1
4	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	1/1

9.3.4.2 ผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบสังคม

สำหรับรอบปี 2567 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบสังคม ได้พิจารณาเรื่องสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1) กำหนดแนวทางเสนอแนะแนวนโยบาย / แนวปฏิบัติเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมทางธุรกิจตามระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายจัดการ เพื่อกำหนดเป็นระเบียบปฏิบัติขององค์กร ทั้งนี้เพื่อให้เป็นแนวทางปฏิบัติขององค์กรที่ได้มาตรฐานเป็นแนวทางที่ถูกต้องและเพื่อให้บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสีย
- 2) กำกับดูแลให้คำปรึกษา ประเมินผล และทบทวนนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) นโยบายการจัดการด้านความยั่งยืน (Environmental, Social, Governance : ESG) และนโยบายการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Carbon Footprint) เพื่อพัฒนาและยกระดับระบบการกำกับดูแลกิจการของบริษัทสู่มาตรฐานสากล
- 3) ส่งเสริมกลยุทธ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงดำเนินแผนปฏิบัติการด้าน ESG และ CSR
- 4) ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการอย่างต่อเนื่อง พร้อมปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านจรรยาบรรณธุรกิจ

- 5) พัฒนาแนวทางการสรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูง รวมถึงเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล
- 6) พิจารณาเกี่ยวกับแผนปฏิบัติการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ประจำปี และดำเนินโครงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การบริหารจัดการคาร์บอนฟุตพริ้นท์
- 7) คณะทำงานฯ ให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับผู้ถือหุ้นโดยเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และทันเวลา ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัท รายงานประจำปีแบบ 56-1 (One Report) และผ่านการประเมินด้านการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Report: CGR) โดยสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute of Directors – Thai IOD) ในระดับ 3 ดาว
- 8) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ถือหุ้น โดยจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (AGM) ตามมาตรฐานและได้รับการประเมินคุณภาพการจัดประชุมสามัญผู้ถือหุ้น (AGM Checklist) โดยสมาคมส่งเสริมนักลงทุนไทย (TIA) ประจำปี 2567 อยู่ในระดับ 3 เหรียญ

คณะทำงานฯ ได้ดำเนินการตามแผนงานที่กำหนดและสามารถบรรลุเป้าหมายหลักที่วางไว้ โดยมีแผนในการขยายการดำเนินงานด้าน ESG (Environmental, Social, and Governance) ในปีถัดไป รวมถึงการปรับปรุงมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการให้สอดคล้องกับแนวทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและมาตรฐานสากล

คณะทำงานฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลและความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ตลอดจนขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จที่มั่นคงและยั่งยืน

10. การควบคุมภายในและรายการระหว่างกัน

10.1 การควบคุมภายใน

10.1.1 ความเพียงพอและความเหมาะสมของระบบควบคุมภายใน

คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับระบบควบคุมภายในที่ครอบคลุมทั้งด้านการเงิน การปฏิบัติงาน และการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ โดยบริษัทได้กำหนดกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงลำดับขั้นของอำนาจอนุมัติ ความรับผิดชอบของผู้บริหารและพนักงาน การจัดทำระเบียบปฏิบัติเป็นลายลักษณ์อักษร บริษัทได้แต่งตั้งผู้ตรวจสอบภายใน บริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด ซึ่งเป็นบุคคลภายนอกเพื่อตรวจสอบและทบทวนระบบควบคุมภายใน (Internal Control) และระบบการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ให้เป็นไปตามมาตรฐานของตลาดหลักทรัพย์

ในการประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567 คณะกรรมการตรวจสอบได้เข้าร่วมประชุมเพื่อติดตามและประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายใน โดยใช้แนวทางของ COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) ซึ่งพิจารณาครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่

1. **สภาพแวดล้อมในการควบคุม (Control Environment)** – วางรากฐานด้านจริยธรรมและโครงสร้างองค์กร
2. **การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)** – วิเคราะห์และจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจ
3. **กิจกรรมการควบคุม (Control Activities)** – กำหนดมาตรการป้องกันและลดความเสี่ยง
4. **สารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication)** – มีระบบรายงานและการสื่อสารที่ชัดเจน
5. **การติดตามผล (Monitoring)** – ตรวจสอบและปรับปรุงระบบควบคุมภายในอย่างต่อเนื่อง

โดยคณะกรรมการบริษัทมีเห็นว่าระบบควบคุมภายในของบริษัทมีความเพียงพอและเหมาะสม โดยมีบุคลากรที่เพียงพอในการดำเนินการและมีระบบติดตามเพื่อป้องกันการใช้ทรัพยากรโดยมิชอบ รวมถึงกำกับดูแลธุรกรรมที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

บริษัทได้จัดทำนโยบาย ระเบียบ และแนวทางปฏิบัติงาน รวมถึงอำนาจดำเนินการไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างครบถ้วนในทุกกระบวนการสำคัญ และพนักงานได้ปฏิบัติงานตามนโยบาย ระเบียบและแนวทางการปฏิบัติงานที่บริษัทกำหนดอย่างถูกต้อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นไปตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี

ทั้งนี้ จากรายงานติดตามผลการตรวจสอบสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 พบว่า บริษัทฯ ไม่มีประเด็นคงค้าง

10.1.2 ข้อบกพร่องเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน

-ไม่มี-

10.1.3 ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบที่แตกต่างจากความเห็นของคณะกรรมการบริษัท

-ไม่มี-

10.1.4 หัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาคุณสมบัติของ บริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด เป็นผู้ตรวจสอบภายในประจำปี 2567 ของบริษัทฯ และได้แต่งตั้งนายนา วงศ์แสงนาค เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายใน โดยพิจารณาแล้วว่ามีวุฒิการศึกษา ประสบการณ์ การอบรม ที่เหมาะสมเพียงพอในการปฏิบัติหน้าที่ผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทฯ รวมทั้งมีความเป็นอิสระ ในการดำเนินงาน เพื่อทำการตรวจสอบและประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายใน และการปฏิบัติตามระบบของบริษัทฯ โดยผู้ตรวจสอบภายในได้มีการประสานงานร่วมกันกับบุคลากรทุกฝ่ายงานของบริษัทฯ ติดตามการปรับปรุงระบบ การควบคุมภายในให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้ตรวจสอบภายใน รวมไปถึงจัดทำรายงานผลการประเมิน และตรวจสอบระบบควบคุมภายในของบริษัทฯ และนำเสนอรายงานให้แก่ที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบทราบโดยตรงอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ (รายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายใน ปรากฏในเอกสารแนบ 3 “รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายใน”)

ทั้งนี้ ตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการตรวจสอบ มีอำนาจร่วมกับฝ่ายบริหารในการประเมินผลการปฏิบัติงานและพิจารณาความดีความชอบและถอดถอน โยกย้ายหรือเลิกจ้าง หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ

10.2 รายการระหว่างกัน

10.2.1 บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งและลักษณะความสัมพันธ์

บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งของบริษัทฯ ที่มีรายการกับบริษัทฯ สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

-ไม่มี-

10.2.2 รายการระหว่างกันของบริษัทฯ และบริษัทย่อยกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้ง

สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 ทางบริษัทฯ ได้ตรวจสอบรายการจากระบบบัญชีของบริษัทฯ แล้วพบว่า “ไม่ปรากฏรายการเกี่ยวโยงระหว่างกัน”

10.2.3 หลักเกณฑ์และขั้นตอนการอนุมัติรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกัน

บริษัทฯ ได้ตระหนักถึงหน้าที่ในการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เกี่ยวกับรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันตามที่ตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศกำหนด ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์และขั้นตอนในการทำรายการระหว่างกัน หรือรายการที่เกี่ยวข้องกัน ดังนี้

1. การพิจารณาการทำรายการที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทฯ จะใช้เกณฑ์ราคาและข้อตกลงทางการค้าเช่นเดียวกับที่ใช้กับลูกค้าทั่วไป ส่วนรายการให้หรือรับความช่วยเหลือทางการเงิน จะต้องเป็นไปด้วยความจำเป็น สมเหตุสมผล และต้องมีข้อตกลงและเงื่อนไขที่เป็นธรรม และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัทฯ
2. กรณีที่ไม่มีเกณฑ์ราคาดังกล่าวเพื่อใช้อ้างอิง บริษัทฯ จะพิจารณาเปรียบเทียบราคาสินค้าหรือบริการกับราคาภายนอกภายใต้เงื่อนไขที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน
3. บริษัทฯ อาจใช้ประโยชน์จากรายงานของผู้ประเมินอิสระซึ่งบริษัทแต่งตั้ง เพื่อเปรียบเทียบราคาสำหรับการทำรายการที่สำคัญ เพื่อให้มั่นใจว่าราคาดังกล่าวสมเหตุสมผลและเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทฯ
4. กรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องจะทำธุรกรรมกับบริษัทฯ หรือบริษัทย่อยได้ต่อเมื่อธุรกรรมดังกล่าวได้รับอนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัทฯ แล้ว เว้นแต่เป็นธุรกรรมที่เป็นข้อตกลงทางการค้าในลักษณะเดียวกับที่วิญญูชนจะพึงกระทำกับคู่สัญญาทั่วไปในสถานการณ์เดียวกัน ด้วยอำนาจต่อรองทางการค้าที่ปราศจากอิทธิพลในการที่ตนมีสถานะเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง แล้วแต่กรณี และเป็นข้อตกลงทางการค้าที่ได้รับอนุมัติ จากคณะกรรมการหรือเป็นไปตามหลักการที่คณะกรรมการอนุมัติไว้แล้ว
5. หากบริษัทฯ มีรายการระหว่างกันหรือรายการที่เกี่ยวข้องกันอื่นๆ ที่เข้าข่ายตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุน และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ บริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าวอย่างเคร่งครัด
6. บริษัทฯ ต้องเปิดเผยข้อมูลการทำรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการระหว่างกัน ตามหลักเกณฑ์ที่ตลาดหลักทรัพย์ คณะกรรมการกำกับตลาดทุนและสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนด โดยเปิดเผยไว้ในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี และรายงานประจำปี หรือแบบรายงานอื่นใดตามแต่กรณี และมีการเปิดเผยข้อมูลรายการที่เกี่ยวข้องกันต่อตลาดหลักทรัพย์ ตามหลักเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ตลอดจนรายการที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัท ตามหลักเกณฑ์มาตรฐานการบัญชี
7. ให้มีการสอบทานการทำรายการที่เกี่ยวข้องกันตามแผนงานตรวจสอบโดยส่วนงานตรวจสอบภายในจะต้องรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ และมีมาตรการควบคุม ตรวจสอบ ดูแลให้มีการสุ่มสอบทานการทำรายการจริง ถูกต้อง ตรงตามสัญญาหรือนโยบายหรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้

10.2.4 นโยบายการทำรายการระหว่างกันในอนาคต

บริษัทฯ จะปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง หรือข้อกำหนดของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน สำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์ฯ รวมถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดในการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกัน และการได้มาและจำหน่ายไป ซึ่งทรัพย์สินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัทหรือบริษัทย่อย และตามมาตรฐานบัญชีกำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี ทั้งนี้ หากมีรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในอนาคต คณะกรรมการบริษัท โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบร่วมด้วยจะเป็นผู้พิจารณาความจำเป็น และความเหมาะสมผลของการเข้าทำรายการนั้น ๆ ซึ่งรวมถึงการกำหนดราคา และเงื่อนไขการทำรายการว่าเป็นไปตามลักษณะธุรกิจปกติ และพิจารณาเปรียบเทียบการกำหนดราคากับบุคคลภายนอกหรือราคาตลาด โดยที่ผู้ที่มีส่วนได้เสียจะไม่มีส่วนร่วมในการพิจารณาการอนุมัติการทำรายการ ทั้งนี้ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการให้กู้ยืมหรือค้ำประกันเงินกู้ แก่บุคคลที่อาจมีความขัดแย้งตามนิยามของสำนักงาน ก.ล.ต. หากคณะกรรมการตรวจสอบไม่มีความชำนาญในการพิจารณารายการระหว่างกันที่อาจเกิดขึ้น บริษัทฯ จะจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญอิสระหรือผู้สอบบัญชีของบริษัท เป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับรายการระหว่างกันดังกล่าวเพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของ คณะกรรมการบริษัท และ/หรือ คณะกรรมการตรวจสอบ หรือผู้ถือหุ้นตามแต่กรณี โดยที่บริษัทฯ จะมีการเปิดเผยรายการระหว่างกัน ในหมายเหตุประกอบงบการเงินที่ตรวจสอบหรือสอบทานโดยผู้สอบบัญชีของบริษัทฯ

รายงานความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัทต่อรายงานทางการเงิน

คณะกรรมการบริษัทมีความรับผิดชอบในการดูแลและควบคุมการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และหมายเหตุประกอบงบการเงิน สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ทั้งนี้งบการเงินดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบและให้ความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไขจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว

นอกจากนี้ คณะกรรมการบริษัทให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ระบบการควบคุมภายในและระบบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ โดยได้แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ ซึ่งประกอบไปด้วยกรรมการที่เป็นอิสระ ทำหน้าที่สอบทาน เกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน ให้ความเห็นเพียงพอและเหมาะสมเพื่อให้มั่นใจว่าการจัดทำรายงานทางการเงินเป็นไปอย่างโปร่งใส ถูกต้อง และตรวจสอบได้ ตลอดปี 2567 คณะกรรมการบริษัทได้ดำเนินการติดตามผลการดำเนินงานและสถานะทางการเงินของบริษัทอย่างสม่ำเสมอทุกไตรมาส

คณะกรรมการบริษัทขอยืนยันยืนยันว่าบริษัทมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจตามหลักบรรษัทภิบาลที่ดี เพื่อเสริมสร้างรากฐานขององค์กรให้แข็งแกร่ง และเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน งบการเงินของบริษัทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 ได้จัดทำและเปิดเผยถูกต้องครบถ้วนโดยถือปฏิบัติตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินและปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 3

งบการเงิน



รายงานผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอ ผู้ถือหุ้นบริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเซีย จำกัด (มหาชน)

ความเห็น

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินของบริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเซีย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ซึ่งประกอบด้วย งบฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น และงบกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันและหมายเหตุประกอบงบการเงิน รวมถึงข้อมูลนโยบายการบัญชีที่มีสาระสำคัญ

ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้น แสดงฐานะการเงินของบริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเซีย จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

เกณฑ์การแสดงความเห็น

ข้าพเจ้าปฏิบัติตามตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ความรับผิดชอบของข้าพเจ้ากล่าวไว้ในวรรคความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงินในรายงานของข้าพเจ้า ข้าพเจ้ามีความเป็นอิสระจากบริษัทตามประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี รวมถึงมาตรฐานเรื่องความเป็นอิสระกำหนดโดยสภาวิชาชีพบัญชี (ประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบงบการเงิน และข้าพเจ้าปฏิบัติตามความรับผิดชอบด้านจริยบรรณอื่นตามประมวลจริยบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

เรื่องสำคัญการตรวจสอบ

เรื่องสำคัญการตรวจสอบ คือ เรื่องต่างๆ ที่มีนัยสำคัญที่สุดตามดุลยพินิจของผู้ประกอบวิชาชีพของข้าพเจ้าในการตรวจสอบงบการเงินสำหรับงวดปัจจุบัน ข้าพเจ้านำเรื่องเหล่านี้มาพิจารณาในบริบทของการตรวจสอบงบการเงินโดยรวมและการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ทั้งนี้ ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความเห็นแยกต่างหากสำหรับเรื่องเหล่านี้

เรื่องสำคัญในการตรวจสอบ	วิธีการตรวจสอบ
การรับรู้รายได้จากการขายและให้บริการและต้นทุนบริการ รายได้และต้นทุนบริการจัดกิจกรรมแสดงสินค้าและดิจิทัลพนักงานแนะนำสินค้า และจัดเรียงสินค้ามีลักษณะการให้บริการหลายรูปแบบแตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้า ทำให้การจัดทำประมาณการต้นทุนบริการและการบันทึกต้นทุนบริการเกิดขึ้นจริงมีความหลากหลาย ทั้งนี้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 รายได้จากการบริการและต้นทุนบริการ มูลค่าตามบัญชีจำนวนเงิน 585.96 ล้านบาท 482.27 ล้านบาท ตามลำดับ รายได้จากการขายสินค้ามีความเสี่ยงเกี่ยวกับระยะเวลาในการรับรู้รายได้ให้ตรงกับเงื่อนไขการส่งมอบสินค้า ทั้งนี้ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 รายได้จากการขาย มูลค่าตามบัญชี จำนวนเงิน 71.58 ล้านบาท ข้าพเจ้าเห็นว่ารายการบัญชีรายได้จากการขายและบริการและต้นทุนบริการเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ เนื่องจากเป็นรายการบัญชีที่มีมูลค่าสูงเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินและลักษณะการให้บริการมีหลากหลายรูปแบบ และมีความเสี่ยงเกี่ยวกับจังหวะระยะเวลาในการรับรู้รายได้	วิธีการตรวจสอบรายได้และต้นทุนจากการขายและให้บริการ นอกจากการสอบถามเพื่อทำความเข้าใจ ยังรวมถึงการสุ่มทดสอบ ดังนี้ - ประเมินประสิทธิภาพและทดสอบระบบการควบคุมภายในเกี่ยวกับวงจรรายได้จากการขายและบริการและต้นทุนบริการและทดสอบความเหมาะสมของประมาณการต้นทุนบริการ - ทดสอบเปรียบเทียบต้นทุนเกิดขึ้นจริงและประมาณการต้นทุนบริการ รวมทั้งสอบถามและติดตามสาเหตุของผลต่าง - ตรวจสอบเอกสารรายการขายที่เกิดขึ้นในระหว่างปี เพื่อพิจารณาเงื่อนไขการส่งมอบสินค้าและความเหมาะสมของจังหวะระยะเวลาในการรับรู้รายได้จากการขายให้สอดคล้องกับการโอนอำนาจควบคุมสินค้าให้แก่ลูกค้า - ตรวจสอบยอดขายรายได้จากการขายและบริการและต้นทุนบริการกับเอกสารประกอบการบันทึกรายได้จากการขายและบริการและต้นทุนบริการช่วงใกล้วันสิ้นงวดบัญชีและหลังวันสิ้นงวดบัญชี

ข้อมูลอื่น

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบต่อข้อมูลอื่น ประกอบด้วย ข้อมูลซึ่งรวมอยู่ในรายงานประจำปี แต่ไม่รวมถึงงบการเงินและรายงานของผู้สอบบัญชีแสดงในรายงานประจำปี ซึ่งคาดว่ารายงานประจำปีจะถูกจัดเตรียมให้ข้าพเจ้าภายหลังวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชี

ความเห็นของข้าพเจ้าต้องการเงินไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลอื่นและข้าพเจ้าไม่ได้ให้ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลอื่น

ความรับผิดชอบของข้าพเจ้าที่เกี่ยวกับการตรวจสอบงบการเงิน คือ การอ่านและพิจารณาว่าข้อมูลอื่นมีความขัดแย้งที่มีสาระสำคัญกับงบการเงินหรือกับความรู้ที่ได้รับจากการตรวจสอบของข้าพเจ้า หรือปรากฏว่าข้อมูลอื่นแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

เมื่อข้าพเจ้าได้อ่านรายงานประจำปี หากข้าพเจ้าสรุปได้ว่าการแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องสื่อสารเรื่องดังกล่าวกับผู้มีส่วนที่ในการกำกับดูแลเพื่อดำเนินการแก้ไขข้อมูลแสดงขัดต่อข้อเท็จจริง

ความรับผิดชอบของผู้บริหารและผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลต่องบการเงิน

ผู้บริหารมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำและนำเสนองบการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินปราศจากการแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

การจัดทำงบการเงิน ผู้บริหารรับผิดชอบในการประเมินความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่อง เปิดเผยเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่องและการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่อง เว้นแต่ผู้บริหารมีความตั้งใจจะเลิกบริษัทหรือหยุดดำเนินงานหรือไม่สามารถดำเนินงานต่อเนื่องต่อไปได้

ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลมีหน้าที่ในการกำกับดูแลกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินของบริษัท

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชีต่อการตรวจสอบงบการเงิน

การตรวจสอบของข้าพเจ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงิน โดยรวมปราศจากการแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่ ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด และเสนอรายงานของผู้สอบบัญชีซึ่งรวมความเห็นของข้าพเจ้าอยู่ด้วย ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลคือความเชื่อมั่นในระดับสูงแต่ไม่ได้เป็นการรับประกันว่าการปฏิบัติงานตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชีจะสามารถตรวจพบข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญที่มีอยู่ได้เสมอไป ข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอาจเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาดและถือว่ามีความสำคัญเมื่อคาดการณได้้อย่างสมเหตุสมผลว่ารายการขัดต่อข้อเท็จจริงแต่ละรายการหรือทุกรายการรวมกันจะมีผลต่อการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงินจากการใช้งบการเงินเหล่านี้

การตรวจสอบของข้าพเจ้าตามมาตรฐานการสอบบัญชี ข้าพเจ้าได้ใช้ดุลยพินิจและการสังเกตและสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพตลอดการตรวจสอบ การปฏิบัติงานของข้าพเจ้ารวมถึง

- ระบุและประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญในงบการเงิน ไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด ออกแบบและปฏิบัติงานตามวิธีการตรวจสอบเพื่อตอบสนองต่อความเสี่ยงเหล่านั้น และได้หลักฐานการสอบบัญชีเพียงพอและเหมาะสมเพื่อเป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า ความเสี่ยงไม่พบข้อมูลขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งเป็นผลมาจากการทุจริตจะสูงกว่าความเสี่ยงเกิดจากข้อผิดพลาด เนื่องจากการทุจริตอาจเกี่ยวกับการสมรู้ร่วมคิด การปลอมแปลงเอกสารหลักฐาน การตั้งใจละเว้นการแสดงผลข้อมูล การแสดงผลข้อมูลไม่ตรงตามข้อเท็จจริงหรือการแทรกแซงการควบคุมภายใน
- ทำความเข้าใจในระบบการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบเหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อความมีประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของบริษัท
- ประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องซึ่งจัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร
- สรุปเกี่ยวกับความเหมาะสมของการใช้เกณฑ์การบัญชีสำหรับการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้บริหารและจากหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับ สรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์อาจเป็นเหตุให้เกิดข้อสงสัยอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของบริษัทในการดำเนินงานต่อเนื่องหรือไม่ ถ้าข้าพเจ้าได้ข้อสรุปว่ามีความไม่แน่นอนที่มีสาระสำคัญ ข้าพเจ้าต้องกล่าวไว้ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า โดยให้ข้อสังเกตถึงการเปิดเผย

ข้อมูลในงบการเงินที่เกี่ยวข้อง หรือถ้าการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไม่เพียงพอ ความเห็นของข้าพเจ้าจะเปลี่ยนแปลงไป ข้อสรุปของข้าพเจ้าขึ้นอยู่กับหลักฐานการสอบบัญชีที่ได้รับจนถึงวันที่ในรายงานของผู้สอบบัญชีของข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์หรือสถานการณ์ในอนาคตอาจเป็นเหตุให้บริษัทต้องหยุดการดำเนินงานต่อเนื่อง

- ประเมินการนำเสนอโครงสร้างและเนื้อหาของงบการเงินโดยรวม รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลว่างบการเงินแสดงรายการและเหตุการณ์ในรูปแบบทำให้นำเสนอข้อมูลโดยถูกต้องตามที่ควร

ข้าพเจ้าสื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งรวมถึงขอบเขตและช่วงเวลาของการตรวจสอบตามทีวางแผนไว้ ประเด็นที่มีนัยสำคัญพบจากการตรวจสอบ รวมถึงข้อบกพร่องที่มีนัยสำคัญในระบบการควบคุมภายในหากข้าพเจ้าพบในระหว่างการตรวจสอบของข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าให้คำรับรองแก่ผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลว่าข้าพเจ้าปฏิบัติตามข้อกำหนดจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอิสระ และสื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทั้งหมดตลอดจนเรื่องอื่น ซึ่งข้าพเจ้าเชื่อว่ามีเหตุผลที่บุคคลภายนอกอาจพิจารณาว่ากระทบต่อความเป็นอิสระและดำเนินการเพื่อขจัดอุปสรรคหรือมาตรการป้องกันของข้าพเจ้า

เรื่องสื่อสารกับผู้มีหน้าที่ในการกำกับดูแล ข้าพเจ้าพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ที่มีนัยสำคัญมากที่สุดในการตรวจสอบงบการเงินในปัจจุบันและกำหนดเป็นเรื่องสำคัญในการตรวจสอบ ข้าพเจ้าอธิบายเรื่องเหล่านี้ในรายงานของผู้สอบบัญชีเว้นแต่กฎหมายหรือข้อบังคับไม่ให้เปิดเผยต่อสาธารณะเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว หรือในสถานการณ์ยากจะเกิดขึ้น ข้าพเจ้าพิจารณาว่าไม่ควรสื่อสารเรื่องดังกล่าวในรายงานของข้าพเจ้าเพราะการกระทำดังกล่าวสามารถคาดการณ์อย่างสมเหตุสมผลว่าจะมีผลกระทบในทางลบมากกว่าผลประโยชน์ต่อส่วนได้เสียสาธารณะจากการสื่อสารดังกล่าว

(นางสาวเขมนันท์ ใจชื่น)

ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เลขทะเบียน 8260

บริษัท สยาม ทูธ สอบบัญชี จำกัด

กรุงเทพมหานคร

วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2568

บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

งบฐานะการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

บาท

	หมายเหตุ	2567	2566
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	5	70,566,126	142,712,519
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	6	164,541,969	99,528,468
รายได้ค้างรับ	7	34,168,757	34,107,810
สินค้าคงเหลือ	8	23,236,489	2,871,438
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	9	6,905,160	2,848,649
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		299,418,501	282,068,884
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
เงินฝากธนาคารติดภาระหลักประกัน	10	4,000,000	-
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	11	52,327,503	48,798,689
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	13	4,153,705	2,881,262
สินทรัพย์ภายใต้การควบคุม	27	1,233,305	1,176,665
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	14	35,406,814	24,956,241
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		97,121,327	77,812,857
รวมสินทรัพย์		396,539,828	359,881,741

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน

บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

งบฐานะการเงิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

บาท

	หมายเหตุ	2567	2566
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	16	55,736,727	37,521,590
หนี้สินตามสัญญาเช่าส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	12	55,363	648,794
เงินรับล่วงหน้า		8,302,846	6,179,423
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	17	15,264,347	10,360,330
รวมหนี้สินหมุนเวียน		79,359,283	54,710,137
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
หนี้สินตามสัญญาเช่า	12	-	55,363
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน	18	6,322,204	6,071,621
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น		2,904,375	1,182,828
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		9,226,579	7,309,812
รวมหนี้สิน		88,585,862	62,019,949
ส่วนของผู้ถือหุ้น			
ทุนเรือนหุ้น			
หุ้นสามัญ	19	115,000,000	115,000,000
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	22	160,980,000	160,980,000
กำไรสะสม			
จัดสรรแล้ว			
สำรองตามกฎหมาย	21	11,500,000	9,800,000
ยังไม่ได้จัดสรร		20,473,966	12,081,792
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		307,953,966	297,861,792
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		396,539,828	359,881,741

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

บาท

	หมายเหตุ	2567	2566
รายได้จากการขายและบริการ	23	657,539,431	471,115,302
ต้นทุนขายและบริการ		(542,305,816)	(365,633,348)
กำไรขั้นต้น		115,233,615	105,481,954
รายได้อื่น	23	719,932	191,821
ค่าใช้จ่ายในการขาย	25, 26	(39,780,451)	(27,184,394)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	25, 26	(51,930,250)	(48,006,364)
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน		24,242,846	30,483,017
รายได้ทางการเงิน		586,320	172,811
กำไรจากการขายและตัดจำหน่ายสินทรัพย์		1,464	308,957
ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	6	-	(163,829)
ต้นทุนทางการเงิน		(113,744)	(1,154,898)
กำไรก่อนภาษีเงินได้		24,716,886	29,646,058
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	27	(4,744,413)	(4,526,315)
กำไรสำหรับปี		19,972,473	25,119,743
กำไรเบ็ดเสร็จอื่น			
รายการไม่ถูกจัดประเภทใหม่ไว้ในกำไรหรือขาดทุนในภายหลัง			
กำไรจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย			
สำหรับผลประโยชน์พนักงาน	18	587,043	639,958
ภาษีเงินได้รายการไม่ถูกจัดประเภทใหม่ไว้ในกำไรหรือขาดทุน	27	(117,409)	(127,992)
กำไรเบ็ดเสร็จอื่น - สุทธิจากภาษีเงินได้		469,634	511,966
กำไรเบ็ดเสร็จรวม		20,442,107	25,631,709
กำไรต่อหุ้น	28		
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน		0.09	0.14
จำนวนหุ้นสามัญถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (หุ้น)		230,000,000	182,164,384

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน

บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชันส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)
งบเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

หมายเหตุ	ทุนที่ออก และชำระแล้ว	ส่วนเกิน มูลค่าหุ้น	กำไรสะสม			รวมส่วน ของเจ้าของ
			จัดสรรแล้ว สำรองตามกฎหมาย	ยังไม่จัดสรร		
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	85,000,000	-	8,500,000	4,867,383		98,367,383
เพิ่มทุนหุ้นสามัญ	30,000,000	-	-	-		30,000,000
ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ	-	160,980,000	-	-		160,980,000
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	(17,117,300)		(17,117,300)
สำรองตามกฎหมาย	-	-	1,300,000	(1,300,000)		-
กำไรเบ็ดเสร็จรวม	-	-	-	25,631,709		25,631,709
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	115,000,000	160,980,000	9,800,000	12,081,792		297,861,792
เงินปันผลจ่าย	-	-	-	(10,349,933)		(10,349,933)
สำรองตามกฎหมาย	-	-	1,700,000	(1,700,000)		-
กำไรเบ็ดเสร็จรวม	-	-	-	20,442,107		20,442,107
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	115,000,000	160,980,000	11,500,000	20,473,966		307,953,966

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน

บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

บาท

	2567	2566
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน		
กำไรสำหรับปี	19,972,473	25,119,743
รายการปรับกระทบกำไรสำหรับปีเป็นเงินสดรับ(จ่าย)จากกิจกรรมดำเนินงาน		
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	4,415,613	3,792,525
ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	-	163,829
กำไรจากการขายสินทรัพย์	(1,464)	(308,957)
ผลประโยชน์พนักงาน	837,626	820,301
รายได้ทางการเงิน	(586,320)	(172,811)
ต้นทุนทางการเงิน	113,744	1,154,898
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	4,744,413	4,526,315
กระแสเงินสดจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลง		
สินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน	29,496,085	35,095,843
สินทรัพย์ดำเนินงาน ลดลง(เพิ่มขึ้น)		
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(65,013,500)	(33,365,664)
รายได้ค้างรับ	(60,947)	(18,501,941)
สินค้าคงเหลือ	(20,365,051)	(2,871,438)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	(4,056,510)	(554,864)
เงินฝากที่ติดภาระค้ำประกัน	(4,000,000)	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	567,419	105,173
หนี้สินดำเนินงาน เพิ่มขึ้น(ลดลง)		
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	18,215,136	11,939,841
เงินรับล่วงหน้า	2,123,423	(1,004,195)
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	4,904,018	2,575,339
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	1,721,546	430,075
กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน	(36,468,381)	(6,151,831)
รับดอกเบี้ย	586,320	172,811
จ่ายภาษีเงินได้	(15,936,455)	(11,738,985)
กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน	(51,818,516)	(17,718,005)
หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน		

บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

งบกระแสเงินสด

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

บาท

	2567	2566
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน		
ซื้ออาคารและอุปกรณ์	(7,422,951)	(1,462,574)
ซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(1,793,950)	(245,000)
จำหน่ายอุปกรณ์	1,495	436,355
กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน	(9,215,406)	(1,271,219)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน		
รับเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	-	10,297,000
จ่ายชำระหนี้คืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน	-	(24,590,949)
จ่ายชำระหนี้คืนหนี้สินตามสัญญาเช่า	(666,792)	(666,792)
จ่ายต้นทุนทางการเงิน	(95,746)	(1,109,094)
เพิ่มทุนหุ้นสามัญ	-	190,980,000
จ่ายเงินปันผล	(10,349,933)	(17,117,300)
กระแสเงินสดสุทธิได้มาจาก(ใช้ไปใน)กิจกรรมจัดหาเงิน	(11,112,471)	157,792,865
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น(ลดลง)สุทธิ	(72,146,393)	138,803,641
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นปี	142,712,519	3,908,878
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันปลายปี	70,566,126	142,712,519

หมายเหตุประกอบงบการเงินเป็นส่วนหนึ่งของงบการเงิน

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567

1. ข้อมูลทั่วไป

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลซึ่งจัดตั้งขึ้นในประเทศไทย

สำนักงานจดทะเบียนตั้งอยู่เลขที่ 51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 แขวงนวลจันทร์ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย “ตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (mai)” เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2566

บริษัทดำเนินธุรกิจหลักเกี่ยวกับการให้บริการจัดกิจกรรมทางการตลาด

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ได้แก่

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่	ประเทศ/ สัญชาติ	ร้อยละ	
		สัดส่วนการถือหุ้น	
		31 ธันวาคม	
		2567	2566
บริษัท กักตี่ 2019 โฮลดิ้ง จำกัด	ไทย	52	52
นายภักดี เหล่างาม	ไทย	17	22

งบการเงินได้รับการอนุมัติให้ออกโดยคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2568

2. เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน

งบการเงินจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินไทย (“มาตรฐานการรายงานทางการเงิน”) รวมถึงแนวปฏิบัติทางการบัญชีประกาศใช้โดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (“สภาวิชาชีพบัญชี”) และกฎระเบียบและประกาศคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ว่าด้วยการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงิน

งบการเงินฉบับภาษาไทยจัดทำและแสดงหน่วยเงินตราเป็นสกุลเงินบาทซึ่งเป็นสกุลเงินใช้ในการดำเนินงานของบริษัท และนำเสนอเพื่อวัตถุประสงค์ของการรายงานเพื่อใช้ในประเทศไทยเป็นทางการตามกฎหมายและงบการเงินฉบับภาษาอังกฤษแปลจากงบการเงินฉบับภาษาไทย

การจัดทำงบการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ผู้บริหารต้องใช้ดุลยพินิจประมาณการและข้อสมมติฐานหลายประการ ซึ่งมีผลกระทบต่อการปฏิบัติตามนโยบายการบัญชีของบริษัทและการรายงานจำนวนเงินเกี่ยวกับ สินทรัพย์ หนี้สิน รายได้ และค่าใช้จ่าย ประมาณการและข้อสมมติฐานมาจากประสบการณ์ในอดีตและปัจจัยต่าง ๆ ผู้บริหารมีความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลภายใต้สภาวะการณ์แวดล้อมนั้นซึ่งไม่อาจอาศัยข้อมูลจากแหล่งอื่นและนำไปสู่การตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดจำนวนสินทรัพย์และหนี้สินนั้น ๆ ดังนั้น ผลเกิดขึ้นจริงจากการตั้งข้อสมมติฐานต่อมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์และหนี้สินอาจแตกต่างไปจากประมาณการ

ประมาณการและข้อสมมติฐานซึ่งใช้ในการจัดทำงบการเงินได้รับการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ การปรับประมาณการทางบัญชีบันทึกในงวดบัญชีซึ่งประมาณการได้รับการทบทวน หากการปรับประมาณการกระทบเฉพาะงวดบัญชีนั้นและบันทึกในงวดบัญชีซึ่งปรับประมาณการและงวดบัญชีในอนาคตหากการปรับประมาณการกระทบทั้งงวดบัญชีปัจจุบันและอนาคต

มาตรฐานการรายงานทางการเงินใหม่

ก) มาตรฐานการรายงานทางการเงินเริ่มมีผลบังคับใช้ในปีปัจจุบัน

ระหว่างปี บริษัทนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุงรวมทั้งแนวปฏิบัติทางบัญชี จำนวนหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีเริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2567 มาถือปฏิบัติ มาตรฐานการรายงานทางการเงินได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้เนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางบัญชีและแนวปฏิบัติทางบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ฝ่ายบริหารประเมินว่าในปีที่เริ่มนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัติไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัท

ข) มาตรฐานการรายงานทางการเงินมีผลบังคับใช้ในอนาคต

สภาวิชาชีพบัญชีประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับปรับปรุง จำนวนหลายฉบับ ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีเริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2568 มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวได้รับการปรับปรุงหรือจัดให้มีขึ้นเพื่อให้เนื้อหาเท่าเทียมกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายให้ชัดเจนเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติทางบัญชีและแนวปฏิบัติทางบัญชีกับผู้ใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ฝ่ายบริหารบริษัทเชื่อว่าการปรับปรุงมาตรฐานการรายงานทางการเงินไม่มีผลกระทบอย่างเป็นสาระสำคัญต่องบการเงินของบริษัท

3. นโยบายการบัญชีสำคัญ

เกณฑ์การวัดค่าการจัดทำงบการเงิน

งบการเงินจัดทำโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิม นอกจากเปิดเผยไว้ในหัวข้ออื่นในนโยบายการบัญชีสำคัญและหมายเหตุประกอบงบการเงินอื่น

รายได้

บริษัทถือว่าเกิดสัญญาทำกับลูกค้า เมื่อบริษัทเข้าผูกพันในข้อตกลงกับคู่สัญญาก่อให้เกิดสิทธิและภาระผูกพันใช้บังคับบริษัทในฐานะที่ต้องปฏิบัติในสัญญา และปันส่วนราคาของรายการให้แก่ภาระที่ต้องปฏิบัติซึ่งรวมอยู่ในสัญญาตามเกณฑ์เหมาะสม

รายได้จากสัญญาทำกับลูกค้ารับรู้เมื่อบริษัทโอนอำนาจควบคุมในสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้า โดยแสดงตามมูลค่าของสิ่งตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับสำหรับสินค้าหรือบริการส่งมอบโดยไม่รวมจำนวนเงินเก็บแทนบุคคลที่สาม

ภาษีมูลค่าเพิ่มและแสดงสุทธิจากส่วนลดการค้าและส่วนลดตามปริมาณ ทั้งนี้ บริษัทอาจโอนอำนาจควบคุมในสินค้าหรือบริการตลอดช่วงเวลาหนึ่ง หรือ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของสัญญาและกฎหมายใช้กับสัญญา

รายได้จากสัญญาที่มีหลายองค์ประกอบถูกบันทึกเป็นส่วนตามสัดส่วนโดยบันทึกส่วนด้วยมูลค่ายุติธรรมของราคาขายแบบเอกเทศ ตามภาระที่ต้องปฏิบัติ กรณีสัญญาที่มีภาระที่ต้องปฏิบัติ ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และตลอดช่วงเวลาหนึ่ง ผลต่างจากการรับรู้รายได้และภาระที่ต้องปฏิบัติ ณ วันเริ่มต้นสัญญา รับรู้เป็นสินทรัพย์หรือหนี้สินตามสัญญา และทยอยรับรู้ตลอดระยะเวลาของสัญญา

สินทรัพย์ตามสัญญาแสดงด้วยมูลค่าสุทธิหลังจากหักจากการยกเลิกสัญญา

ค่าเผื่อจากการยกเลิกสัญญาโดยส่วนใหญ่ประเมินจากการวิเคราะห์ประวัติการชำระหนี้ การคาดการณ์เกี่ยวกับการชำระหนี้ในอนาคตของลูกค้า และข้อมูลการยกเลิกสัญญาในอดีต สินทรัพย์ตามสัญญาถูกตัดจำหน่ายเมื่อยกเลิกสัญญา

บริษัทไม่รับรู้รายได้ถ้าฝ่ายบริหารยังควบคุมหรือบริหารสินค้าขายไปแล้วหรือมีความไม่แน่นอนที่มีนัยสำคัญในการได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจจากการขายสินค้า

ขายสินค้าและบริการ

รายได้จากการขายสินทรัพย์รับรู้เมื่อลูกค้าได้รับโอนอำนาจควบคุมสินค้าซึ่งโดยปกติธุรกิจเกิดขึ้นเมื่อบริษัทส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า สำหรับสัญญาให้สิทธิลูกค้าสามารถคืนสินค้า รายได้รับรู้ด้วยจำนวนที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่นอนในระดับสูงมากกว่าจะไม่กลับรายการอย่างมีนัยสำคัญของรายได้รับรู้สะสม

เงินรับล่วงหน้า

บริษัทรับรู้เงินรับล่วงหน้าจากลูกค้าเป็นหนี้สินหมุนเวียน บริษัทรับรู้รายได้จากเงินรับล่วงหน้าเมื่อโอนการควบคุมสินค้าให้ลูกค้า หากเงินรับล่วงหน้ามีองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดหาเงิน เงินรับล่วงหน้าจะมีดอกเบี้ยจ่ายบันทึกกับหนี้สินตามสัญญาโดยใช้วิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง บริษัทปฏิบัติตามข้อผ่อนปรนในทางปฏิบัติไม่ปรับปรุงสิ่งตอบแทนด้วยผลกระทบที่เกิดจากการองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดหาเงินหากระยะเวลาของการจัดหาเงินน้อยกว่าหรือเท่ากับ 12 เดือน

รายได้จากการให้บริการจัดกิจกรรมการตลาดและดิจิทัล แนะนำสินค้า และจัดเรียงสินค้า

รายได้จากการให้บริการ ประกอบด้วย จำนวนเมื่อเริ่มแรกตามตกลงไว้ในสัญญาบวกจำนวนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสัญญาอันเกิดจากการดัดแปลงงาน การเรียกร้องค่าเสียหาย หรือการจ่ายเงินเพื่อชดเชยหากมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่จะก่อให้เกิดรายได้และสามารถวัดมูลค่าได้อย่างน่าเชื่อถือ รายได้จากการให้บริการรับรู้เมื่อบริษัทปฏิบัติภาระที่ต้องปฏิบัติให้สำเร็จตามสัญญาตลอดช่วงเวลาหนึ่งโดยโอนอำนาจควบคุมสินทรัพย์และบริการซึ่งเกิดจากการบริการให้กับลูกค้า รายได้จากการให้บริการรับรู้ด้วยวิธีปัดจายนำเข้าซึ่งคำนวณจากสัดส่วนของต้นทุนของสัญญาเกิดขึ้นในการทำงานจนถึงปัจจุบันกับประมาณการต้นทุนจากการให้บริการทั้งหมด

หากไม่สามารถประมาณผลของงานบริการตามสัญญาได้อย่างน่าเชื่อถือ รายได้จากการให้บริการรับรู้ไม่เกินกว่าต้นทุนจากการให้บริการตามสัญญาเกิดขึ้นและมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่จะได้รับต้นทุนคืน

ผลขาดทุนสำหรับงานบริการ

เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ ต้นทุนจากการให้บริการทั้งหมดจะสูงกว่ารายได้จากการให้บริการทั้งหมด บริษัทรับรู้ผลขาดทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากงานบริการตามสัญญาในกำไรหรือขาดทุน

มูลค่างานทำเสร็จยังไม่ได้เรียกเก็บเงินและเงินรับล่วงหน้า

บริษัทมีสิทธิในการเรียกเก็บเงินลูกค้าสำหรับการให้บริการตามขั้นความสำเร็จของงาน เมื่อบรรลุขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง ลูกค้าได้รับใบแจ้งหนี้สำหรับขั้นตอนความสำเร็จ บริษัทบันทึกมูลค่างานเสร็จยังไม่ได้เรียกเก็บเงินและแสดงรายการแยกต่างหากจากการเป็นส่วนหนึ่งของลูกหนี้การค้าและรายได้ค้างรับ และจำนวนเรียกเก็บเงินจัดประเภทเป็นลูกหนี้การค้าเมื่อส่งใบแจ้งหนี้ให้แก่ลูกค้า หากจำนวนเรียกเก็บเงินและได้รับเงินตามใบแจ้งหนี้แล้วเกินกว่ารายได้ซึ่งรับรู้ตามวิธีบัญชีนำเข้า จำนวนส่วนต่างจัดประเภทเป็นเงินรับล่วงหน้า

รายได้จากการบรรจุและจัดส่งสินค้า

รายได้จากการให้บริการรับรู้เมื่อดำเนินการบรรจุสินค้าในวัสดุหีบห่อและจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าตามสถานที่ซึ่งลูกค้าเป็นผู้กำหนด

สัญญารวมการขายสินค้าและบริการเข้าด้วยกัน บริษัทบันทึกสินค้าและบริการแยกจากกัน หากสินค้าและบริการแตกต่างกัน หากสามารถแยกสินค้าหรือบริการออกจากกันและลูกค้าได้รับประโยชน์จากสินค้าหรือบริการ หรือการให้บริการหลายประเภทในรอบระยะเวลาขายงานแตกต่างกัน สิ่งตอบแทนได้รับถูกบันทึกส่วนตามสัดส่วนของราคาขายแบบแยกเทศของสินค้าและบริการ

รายได้ค่าเช่า

รายได้ค่าเช่ารับรู้โดยใช้วิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า ค่าใช้จ่ายเริ่มแรกเกิดขึ้นเป็นการเฉพาะเพื่อให้เกิดสัญญาเช่ารับรู้เป็นส่วนหนึ่งของค่าเช่าตามสัญญา ค่าเช่าที่อาจเกิดขึ้นรับรู้เป็นรายได้ในรอบระยะเวลาบัญชีซึ่งค่าเช่านั้นเกิดขึ้น

รายได้ดอกเบี้ยรับ

รายได้ดอกเบี้ยรับจะรับรู้ด้วยวิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง

ค่าใช้จ่าย

ต้นทุนการทำให้เสร็จสิ้นตามสัญญาทำกับลูกค้า

บริษัทบันทึกต้นทุนการทำให้เสร็จสิ้นตามสัญญาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานผ่านมาแล้วในกำไรหรือขาดทุนเมื่อเกิดรายการทั้งจำนวน ยกเว้นบริษัทสามารถระบุได้ว่าต้นทุนเกิดขึ้นมีความเกี่ยวข้องกับสัญญาทำกับลูกค้าได้อย่างเฉพาะเจาะจง และเป็นต้นทุนซึ่งจะนำไปใช้ในการปฏิบัติตามภาระที่ต้องทำให้สำเร็จในอนาคต และบริษัทคาดว่าจะได้รับคืนต้นทุน บริษัทบันทึกต้นทุนเป็นสินทรัพย์ และรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับรูปแบบการรับรู้รายได้ตามสัญญา

ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนการกู้ยืมของเงินกู้ยืมเพื่อใช้ในการได้มา ก่อสร้าง หรือผลิตสินทรัพย์ต้องใช้ระยะเวลานานในการแปลงสภาพให้พร้อมใช้หรือขายถูกนำไปรวมเป็นราคาทุนสินทรัพย์จนกว่าสินทรัพย์อยู่ในสภาพพร้อมใช้ได้ตามประสงค์

ต้นทุนการกู้ยืมอื่นถือเป็นค่าใช้จ่ายโดยใช้วิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงในรอบระยะเวลารายงานเมื่อเกิดรายการ ต้นทุนการกู้ยืม ประกอบด้วย ดอกเบี้ยและต้นทุนอื่นเกิดขึ้นจากการกู้ยืม ประมาณการหนี้สินและสิ่งตอบแทนที่คาดว่าจะต้องจ่ายส่วนเพิ่มขึ้นเนื่องจากเวลาผ่านไป

ดอกเบี้ยเป็นส่วนหนึ่งของค่างวดตามสัญญาชำระเงินทุนบันทึกบัญชีโดยใช้วิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง

ดอกเบี้ยจ่ายถือเป็นค่าใช้จ่ายตามระยะเวลาของเงินกู้ยืม โดยคำนวณจากยอดเงินต้นคงค้างตามเกณฑ์คงค้างโดยคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนที่แท้จริง

เครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินรับรู้ในงบแสดงฐานะการเงินของบริษัทเมื่อบริษัทเป็นคู่สัญญาตามข้อกำหนดของสัญญาเครื่องมือทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกด้วยมูลค่ายุติธรรม ต้นทุนการทำรายการซื้อ การออกตราสารสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินซึ่งวัดมูลค่าภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายหรือวัดมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นรับรู้ต้นทุนการทำรายการเป็นการเพิ่มหรือหักจากมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ทางการเงินหรือหนี้สินทางการเงิน และต้นทุนการทำรายการซื้อสินทรัพย์ทางการเงินหรือหนี้สินทางการเงินซึ่งวัดมูลค่าภายหลังด้วยมูลค่ายุติธรรมผ่านกำไรหรือขาดทุนรับรู้ต้นทุนการทำรายการทันทีในกำไรหรือขาดทุน

จัดประเภทรายการและการวัดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงิน

สินทรัพย์ทางการเงินประเภทตราสารหนี้

บริษัทจัดประเภทรายการสินทรัพย์ทางการเงินประเภทตราสารหนี้เป็นสินทรัพย์ทางการเงินวัดมูลค่าภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายหรือมูลค่ายุติธรรมตาม โมเดลธุรกิจ (Business model) ของบริษัทเพื่อจัดการสินทรัพย์ทางการเงินและตามลักษณะกระแสเงินสดตามสัญญาสินทรัพย์ทางการเงิน โดยจัดประเภทเป็น:

สินทรัพย์ทางการเงินวัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย

การถือครองตาม โมเดลธุรกิจมีวัตถุประสงค์เพื่อรับกระแสเงินสดตามสัญญา และข้อกำหนดตามสัญญาของสินทรัพย์ทางการเงิน ทำให้เกิดกระแสเงินสดเป็นการจ่ายชำระเพียงเงินต้นและดอกเบี้ยจากยอดคงเหลือของเงินต้นในวันที่กำหนด สินทรัพย์ทางการเงินรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกด้วยมูลค่ายุติธรรม ณ วันที่ทำการ (Trade date) และวัดมูลค่าภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายสุทธิจากค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (ถ้ามี)

หักกลบ

สินทรัพย์ทางการเงินและหนี้สินทางการเงินแสดงหักกลบกัน ในงบฐานะทางการเงินเมื่อบริษัทมีสิทธิตามกฎหมายในการหักกลบ และตั้งใจชำระด้วยเกณฑ์สุทธิ หรือรับรู้สินทรัพย์และชำระหนี้สินพร้อมกัน

ตัดรายการสินทรัพย์ทางการเงิน

บริษัทตัดรายการสินทรัพย์ทางการเงิน เมื่อสิทธิตามสัญญาเพื่อได้รับกระแสเงินสดจากสินทรัพย์ทางการเงินหมดลง หรือเมื่อโอนสินทรัพย์ทางการเงินและ โอนความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของทั้งหมดหรือเกือบทั้งหมดของสินทรัพย์ให้กิจการอื่น บริษัทรับรู้ส่วนได้เสียในสินทรัพย์และหนี้สินเกี่ยวข้องกับจำนวนเงินที่อาจต้องจ่าย หาก

บริษัทมีการควบคุมเนื่องจากไม่ได้โอนหรือยังคงไว้ซึ่งความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ทางการเงินที่โอน บริษัทยังคงรับรู้สินทรัพย์ทางการเงินและรับรู้การกู้ยืมที่มีหลักประกันสำหรับสิ่งตอบแทนที่ได้รับ

การตัดรายการสินทรัพย์ทางการเงินวัดมูลค่าด้วยราคาทุนตัดจำหน่าย ผลต่างระหว่างมูลค่าตามบัญชีสินทรัพย์และผลรวมสิ่งตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับและค้างรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน

ตัดจำหน่าย

บริษัทตัดหนี้สูญบางส่วนหรือทั้งหมด เมื่อบริษัทพิจารณาว่าจะเรียกเก็บหนี้รายนั้นไม่ได้โดยมีข้อมูลบ่งชี้ว่าลูกหนี้มีปัญหาด้านการเงินอย่างร้ายแรงและไม่มีความเป็นไปได้ที่จะได้รับคืน เช่น ลูกหนี้อยู่ระหว่างชำระบัญชีหรือล้มละลาย หรือลูกหนี้อยู่ในเกณฑ์การตัดหนี้สูญได้ตามกฎหมายแล้วแต่เหตุการณ์ใดจะเกิดขึ้นก่อน การตัดหนี้สูญขึ้นอยู่กับวิธีการบังคับภายใต้กระบวนการทวงถามของบริษัทตามคำปรึกษาทางกฎหมายตามความเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทยังคงดำเนินการบังคับคดี เพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนของบริษัทสำหรับการเรียกคืนเงินจากลูกหนี้ค้างชำระ

มูลค่าตามบัญชีขั้นต้นของสินทรัพย์ทางการเงินจะถูกตัดจำหน่ายเมื่อบริษัทไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างสมเหตุสมผลว่าจะได้รับคืนเงิน หากมีการรับเงินคืนในภายหลังจากสินทรัพย์ซึ่งถูกตัดจำหน่ายแล้วจะรับรู้เป็นการกลับรายการการด้อยค่าในกำไรหรือขาดทุนในงวดที่ได้รับคืน

ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสินทรัพย์ทางการเงิน

บริษัทรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นด้วยวิธีอย่างง่าย (Simplified approach) สำหรับสินทรัพย์ทางการเงินประเภทตราสารหนี้ อันได้แก่ เงินฝากสถาบันการเงิน ลูกหนี้การค้าและสินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญา

บริษัทรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นด้วยจำนวนเงินเท่ากับผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตลอดอายุ เมื่อความเสี่ยงด้านเครดิตเพิ่มขึ้นนับตั้งแต่รับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกแต่ไม่ด้อยค่าด้านเครดิตหรือเมื่อด้อยค่าด้านเครดิต

จำนวนเงินของค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นถูกวัดมูลค่าใหม่ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงานเพื่อให้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงความเสี่ยงด้านเครดิตจากเคยรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกเครื่องมือทางการเงินที่เกี่ยวข้อง

วิธีอย่างง่าย (Simplified approach)

การวัดมูลค่าผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตามวิธีอย่างง่ายกับสินทรัพย์ทางการเงินเป็นการคำนวณเพื่อประมาณการ โดยใช้ตารางการตั้งสำรองขึ้นอยู่กับข้อมูลผลขาดทุนด้านเครดิตจากประสบการณ์ในอดีตของบริษัท ปรับปรุงด้วยปัจจัยเฉพาะของลูกหนี้ สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจทั่วไป การคาดการณ์สภาวะเศรษฐกิจในอนาคต และการประเมินทิศทางทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ณ วันที่รายงาน รวมถึงมูลค่าเงินตามเวลาตามความเหมาะสมและพิจารณาจากสถานะคงค้างของลูกหนี้และการดำรงมูลค่าหลักประกันตามข้อกำหนดในสัญญาเป็นหลัก

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทประเมินว่าความเสี่ยงด้านเครดิตของสินทรัพย์ทางการเงินประเภทตราสารหนี้ อื่นและเงินฝากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับแต่วันที่ได้รับรายการเมื่อเริ่มแรกหรือไม่ โดยพิจารณาจากอันดับความน่าเชื่อถือด้านเครดิตภายในและภายนอกของคู่สัญญาและสถานะคงค้างของการจ่ายชำระเป็นสำคัญ

การประเมินว่าความเสี่ยงด้านเครดิตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนับจากวันที่รับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกหรือไม่ พิจารณาเป็นรายสัญญาหรือเป็นแบบกลุ่มสินทรัพย์ สำหรับการประเมินการด้อยค่าแบบกลุ่มสินทรัพย์ บริษัทจัดกลุ่มสินทรัพย์ทาง

การเงินตามความเสี่ยงด้านเครดิตที่มีลักษณะร่วมกัน เช่น ประเภทสินทรัพย์ สถานการณ์ค้างชำระ และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

สินทรัพย์ทางการเงินจะถือว่าค้ำประกันเมื่อเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งหรือหลายเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อประมาณการกระแสเงินสดในอนาคตของคู่สัญญา คือ ข้อบ่งชี้ว่าคู่สัญญากำลังประสบปัญหาทางการเงินหรือฝ่าฝืนข้อกำหนดตามสัญญา รวมถึงการค้างชำระ

บริษัทรับรู้ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นปรับปรุงมูลค่าตามบัญชีที่เกี่ยวข้อง ส่วนค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นตั้งเพิ่ม (ลด) บันทึบบัญชีเป็นค่าใช้จ่ายในระหว่างงวดในกำไรหรือขาดทุน

หนี้สินทางการเงิน

หนี้สินทางการเงินรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกด้วยมูลค่ายุติธรรมและวัดมูลค่าภายหลังด้วยราคาทุนตัดจำหน่ายโดยใช้วิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง

วิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงเป็นวิธีการคำนวณราคาทุนตัดจำหน่ายของหนี้สินทางการเงินและปันส่วนดอกเบี้ยจ่ายตลอดช่วงระยะเวลาที่เกี่ยวข้อง อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง คือ อัตราใช้คิดลดประมาณการเงินสดจ่ายในอนาคต รวมถึงค่าธรรมเนียมและต้นทุนการรับและจ่ายทั้งหมด เป็นส่วนหนึ่งของอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง ต้นทุนการทำรายการ และส่วนเกินหรือส่วนลดมูลค่าอื่น ตลอดจนอายุที่คาดไว้ของหนี้สินทางการเงินหรือระยะเวลาที่สั้นกว่า เพื่อให้ได้ราคาทุนตัดจำหน่ายหนี้สินทางการเงิน

ตัดรายการหนี้สินทางการเงิน

บริษัทตัดรายการหนี้สินทางการเงิน เมื่อภาระผูกพันของบริษัทได้ปฏิบัติตามแล้ว ยกเลิก หรือสิ้นสุด ผลแตกต่างระหว่างมูลค่าตามบัญชีหนี้สินทางการเงินถูกตัดรายการและสังคบบแทนที่จ่ายและค้างจ่ายรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นแสดงในราคาตามใบแจ้งหนี้หักค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

บริษัทรับรู้ลูกหนี้เมื่อมีสิทธิปราศจากเงื่อนไขการได้รับสังคบบแทนตามสัญญา หากบริษัทรับรู้รายได้ก่อนมีสิทธิปราศจากเงื่อนไขการได้รับสังคบบแทน จำนวนสังคบบแทนรับรู้เป็นสินทรัพย์เกิดจากสัญญา คือ รายได้ค้างรับ

บริษัทประมาณผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งประมาณการโดยใช้ตารางคำนวณอัตราผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น การจัดกลุ่มลูกหนี้ตามความเสี่ยงด้านเครดิตที่มีลักษณะร่วมกันและตามระยะเวลาเกินกำหนดชำระหนี้ โดยนำข้อมูลผลขาดทุนเกิดขึ้นในอดีต การปรับปรุงปัจจัยที่มีความเฉพาะเจาะจงกับลูกหนี้ ตลอดจนการประเมินข้อมูลสภาพการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและข้อมูลคาดการณ์สภาพการณ์เศรษฐกิจทั่วไปในอนาคต ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน

ผลประโยชน์พนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้นพนักงาน

ผลประโยชน์ระยะสั้นพนักงานรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อพนักงานทำงาน หนี้สินรับรู้ด้วยมูลค่าที่คาดว่าจะจ่ายชำระ หากบริษัทมีการผูกพันตามกฎหมายหรือภาระผูกพันโดยอนุมาณจะต้องจ่ายอันเป็นผลมาจากพนักงานปฏิบัติงานให้ในอดีตและภาระผูกพันสามารถประมาณได้อย่างสมเหตุสมผล

ผลประโยชน์หลังออกจากงาน

บริษัทและพนักงานร่วมกันดำเนินการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเป็นแผนจ่ายสมทบกำหนดการจ่ายสมทบรายเดือนเป็นกองทุน โดยสินทรัพย์ของกองทุนแยกออกจากสินทรัพย์ของบริษัท กองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้รับการบริหารโดยผู้จัดการกองทุนภายนอก

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพได้รับเงินสมทบเข้ากองทุนจากพนักงานและบริษัท เงินจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพและภาระหนี้สินตามโครงการสมทบเงินบำนาญเป็นค่าใช้จ่ายในกำไรหรือขาดทุนสำหรับรอบระยะเวลารายงานเมื่อเกิดรายการ

หนี้สินผลประโยชน์พนักงานเป็นเงินชดเชยตามกฎหมายแรงงานและส่วนที่บริษัทกำหนดเพิ่มเติมบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายตลอดอายุการทำงานของพนักงาน โดยการประมาณจำนวนเงินผลประโยชน์ในอนาคตซึ่งพนักงานจะได้รับจากการทำงานให้กับบริษัทตลอดระยะเวลาทำงานถึงปีเกษียณอายุงานในอนาคตตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย โดยผลประโยชน์ถูกคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบัน อัตราคิดลดใช้อัตราผลตอบแทนของพันธบัตรรัฐบาลเป็นอัตราอ้างอิงเริ่มต้น การประมาณการหนี้สินคำนวณตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยโดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยประมาณการ (Projected Unit Credit Method)

ผลประโยชน์พนักงานเปลี่ยนแปลง ส่วนของผลประโยชน์เพิ่มขึ้นซึ่งเกี่ยวข้องกับการทำงานให้กับบริษัทในอดีตของพนักงานบันทึกรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนตามวิธีเส้นตรงตามอายุงานคงเหลือโดยเฉลี่ยจนกระทั่งผลประโยชน์จ่ายจริง

ข้อสมมติใช้ในการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยเปลี่ยนแปลง บริษัทรับรู้ผลกำไร(ขาดทุน)จากการเปลี่ยนแปลงประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยทันทีในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้สำหรับปี ประกอบด้วย ภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีส่วนที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องกับการรายการซึ่งบันทึกในส่วนของเจ้าของให้รับรู้ในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น

ภาษีเงินได้ปัจจุบัน

ภาษีเงินได้ที่คาดว่าจะจ่ายชำระหรือได้รับชำระ จำนวนจากกำไรหรือขาดทุนประจำปีต้องเสียภาษี โดยใช้อัตราภาษีประกาศใช้หรือคาดว่าจะมีผลบังคับใช้ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน ตลอดจนการปรับปรุงทางภาษีเกี่ยวกับรายการในปีก่อน

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีบันทึกโดยคำนวณจากผลแตกต่างชั่วคราวเกิดขึ้นระหว่างมูลค่าตามบัญชีและฐานภาษีของสินทรัพย์และหนี้สิน

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีไม่รับรู้เมื่อเกิดจากผลแตกต่างชั่วคราวเกี่ยวกับการรับรู้สินทรัพย์หรือหนี้สินครั้งแรกซึ่งเป็นรายการไม่ใช่การรวมธุรกิจและไม่มีผลกระทบต่อกำไรขาดทุนทางบัญชีหรือภาษี

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีวัดมูลค่าโดยใช้อัตราภาษีประกาศใช้หรือคาดว่าจะมีผลบังคับใช้ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน กับผลแตกต่างชั่วคราว

การกำหนดมูลค่าของภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี บริษัทต้องคำนึงถึงผลกระทบของสถานการณ์ทางภาษีที่ไม่แน่นอนและอาจทำให้จำนวนภาษีต้องจ่ายเพิ่มขึ้นและดอกเบี้ยต้องชำระ บริษัทเชื่อว่าได้บันทึกภาษีเงินได้ค้างจ่ายเพียงพอสำหรับภาษีเงินได้จะจ่ายในอนาคต ซึ่งเกิดจากการประเมินผลกระทบจากหลายปัจจัย รวมถึง การตีความทางกฎหมายภาษีและจากประสบการณ์ในอดีต การประเมินอยู่บนพื้นฐานการประมาณการและข้อสมมติฐาน และอาจเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ข้อมูลใหม่อาจทำให้บริษัทเปลี่ยนการตัดสินใจโดยขึ้นอยู่กับความเพียงพอของภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่มีอยู่ การเปลี่ยนแปลงในภาษีเงินได้ค้างจ่ายกระทบต่อค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ในรอบระยะเวลารายงานเกิดการเปลี่ยนแปลง

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีและหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสามารถหักกลบเมื่อบริษัทมีสิทธิตามกฎหมายนำสินทรัพย์ภาษีเงินได้ปัจจุบันมาหักกลบกับหนี้สินภาษีเงินได้ปัจจุบันและภาษีเงินได้ประเมินโดยหน่วยงานจัดเก็บภาษีหน่วยงานเดียวกันสำหรับหน่วยภาษีเดียวกันหรือหน่วยภาษีต่างกัน สำหรับหน่วยภาษีต่างกันบริษัทมีความตั้งใจจ่ายชำระหนี้สินและสินทรัพย์ภาษีเงินได้ของปีปัจจุบันด้วยยอดสุทธิหรือตั้งใจรับคืนสินทรัพย์และจ่ายชำระหนี้สินในเวลาเดียวกัน

สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีบันทึกต่อเมื่อมีความเป็นไปได้ก่อนข้างแน่นว่ากำไรเพื่อเสียภาษีในอนาคตมีจำนวนเพียงพอต่อการใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวรวมทั้งผลขาดทุนทางภาษียังไม่ได้ใช้ สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีถูกทบทวน ณ ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงานและปรับมูลค่าตามบัญชี หากมีความเป็นไปได้ก่อนข้างแน่นว่าบริษัทไม่มีกำไรทางภาษีเพียงพอต่อการนำสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีทั้งหมดหรือบางส่วนมาใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวและขาดทุนทางภาษียังไม่ได้ใช้

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ประกอบด้วย เงินสด เงินฝากธนาคารกระแสรายวันและออมทรัพย์ เงินฝากธนาคารกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือน รวมถึงบัตรเงินฝาก และเงินลงทุนระยะสั้นสภาพคล่องสูง ประเภทเงินลงทุนระยะสั้นในตั๋วเงินหรือตั๋วสัญญาใช้เงินออกโดยสถาบันการเงินประเภทเผื่อเรียกและประเภทวันถึงกำหนดภายใน 3 เดือน หรือน้อยกว่านับจากวันที่ได้มา โดยไม่รวมเงินฝากธนาคารติดภาระหลักประกันหรือมีข้อจำกัดการเบิกใช้ และความเสี่ยงไม่มีนัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่า

สินค้างเหลือ

สินค้างเหลือ วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้วแต่ราคาใดจะต่ำกว่า

ราคาหุ้นสินค้าคงเหลือคำนวณด้วยวิธีเข้าก่อน-ออกก่อน

ต้นทุนสินค้า ประกอบด้วย ต้นทุนซื้อ ต้นทุนแปลงสภาพหรือต้นทุนอื่นเพื่อให้สินค้าอยู่ในสถานที่และสภาพปัจจุบัน

มูลค่าสุทธิที่จะได้รับเป็นการประมาณราคาตลาดว่าจะขายได้จากการดำเนินการธุรกิจปกติหักประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าให้เสร็จและประมาณการต้นทุนจำเป็นต้องจ่ายเพื่อขายสินค้า

บริษัทบันทึกค่าเผื่อมูลค่าสินค้าลดลงสำหรับสินค้าเสื่อมคุณภาพ เสียหาย ล้าสมัยและค้างนาน

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

สินทรัพย์เป็นกรรมสิทธิ์บริษัท

ที่ดิน แสดงด้วยราคาทุนหักค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

อาคารและอุปกรณ์วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

ราคาทุนรวมถึงต้นทุนทางตรงเกี่ยวข้องกับการได้มาสินทรัพย์ ต้นทุนการก่อสร้างสินทรัพย์ซึ่งกิจการก่อสร้างเอง รวม ต้นทุนวัสดุ แรงงานทางตรง และต้นทุนทางตรงอื่นเกี่ยวข้องกับการจัดหาสินทรัพย์เพื่อให้สินทรัพย์อยู่ในสถานที่และสภาพที่พร้อมใช้งานได้ตามความประสงค์ รวมทั้งต้นทุนรื้อถอน ขนย้าย บุรณะสถานที่ตั้งสินทรัพย์ และต้นทุนการกู้ยืมของสินทรัพย์เมื่อเข้าเงื่อนไข

อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ซึ่งควบคุมโดยลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ไม่สามารถทำงานโดยปราศจากลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์ให้ถือว่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์เป็นส่วนหนึ่งของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์

ส่วนประกอบของรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์แต่ละรายการที่มีรูปแบบและอายุการใช้ประโยชน์ต่างกันบันทึกแต่ละส่วนประกอบที่มีนัยสำคัญแยกต่างหากจากกัน

ผลกำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่ายที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ คือ ผลต่างระหว่างสิ่งตอบแทนสุทธิได้รับจากการจำหน่ายหลังหักค่าใช้จ่ายในการจำหน่ายกับมูลค่าตามบัญชีที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ บันทึกรับรู้สุทธิเป็นรายได้หรือค่าใช้จ่ายในกำไรหรือขาดทุน

บริษัทตัดรายการอาคารและอุปกรณ์ออกจากบัญชีเมื่อคาดว่าจะไม่ได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากการใช้หรือการจำหน่ายสินทรัพย์ รายการผลขาดทุนจากการตัดรายการสินทรัพย์จะรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนเมื่อบริษัทตัดรายการสินทรัพย์

สินทรัพย์เช่า

บริษัทเช่าสินทรัพย์โดยได้รับความเสี่ยงและผลตอบแทนส่วนใหญ่จากการครอบครองสินทรัพย์เช่า จัดประเภทเป็นสัญญาเช่าเงินทุน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ได้มาโดยทำสัญญาเช่าเงินทุนบันทึกเป็นสินทรัพย์ด้วยมูลค่ายุติธรรมหรือมูลค่าปัจจุบันของจำนวนเงินขั้นต่ำต้องจ่ายตามสัญญาเช่าแล้วแต่จำนวนใดจะต่ำกว่าหักค่าเสื่อมราคาสะสมและค่าเผื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

ค่าเช่าจ่ายชำระจะแยกส่วนเป็นค่าใช้จ่ายทางการเงินและส่วนหักจากหนี้สินตามสัญญาเช่า เพื่อให้อัตราดอกเบี้ยเมื่อเทียบกับยอดหนี้คงเหลือแต่ละงวดเป็นอัตราคงที่ ต้นทุนทางการเงินบันทึกรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน

ต้นทุนเกิดขึ้นในภายหลัง

ต้นทุนการเปลี่ยนแทนส่วนประกอบและต้นทุนการปรับปรุงให้ดีขึ้นรับรู้เป็นส่วนหนึ่งของมูลค่าตามบัญชีสำหรับรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ถ้ามีความเป็นไปได้ก่อนข้างแนที่บริษัทได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตกลับคืนมาเกินกว่าหนึ่งรอบระยะเวลาบัญชีและสามารถวัดมูลค่าต้นทุนของรายการได้อย่างน่าเชื่อถือ ชื่นส่วนถูกเปลี่ยนแทนตัดออกจากบัญชีด้วยมูลค่าตามบัญชี ต้นทุนเกิดขึ้นจากการซ่อมบำรุงที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ซึ่งเกิดขึ้นเป็นประจำรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนเมื่อเกิดขึ้น

ค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคาคำนวณจากจำนวนคิดค่าเสื่อมราคาสำหรับรายการอาคารและอุปกรณ์ ประกอบด้วย ราคาทุนสินทรัพย์หรือมูลค่าอื่นใช้แทนราคาทุนหักมูลค่าคงเหลือสินทรัพย์

สินทรัพย์จากต้นทุนการเปลี่ยนแทนและต้นทุนการปรับปรุงจะคิดค่าเสื่อมราคาตลอดอายุการใช้ประโยชน์ที่เหลืออยู่ของสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง

ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยใช้วิธีเส้นตรงตามเกณฑ์อายุการใช้ประโยชน์โดยประมาณของส่วนประกอบสำหรับสินทรัพย์แต่ละรายการ

ประมาณการอายุการใช้ประโยชน์สินทรัพย์แสดงดังนี้

	ปี
อาคาร	30
อุปกรณ์สำนักงาน	5
ยานพาหนะ	5

ค่าเสื่อมราคาบันทึกรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายในกำไรหรือขาดทุน

บริษัทไม่คิดค่าเสื่อมราคาสำหรับที่ดิน

ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์เข้าตามสัญญาเช่าเงินทุนบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในแต่ละรอบระยะเวลารายงาน วิธีการคิดค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์เข้าเป็นวิธีการเดียวกันกับการคิดค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์เป็นกรรมสิทธิ์บริษัท

มูลค่าคงเหลือคำนวณจากจำนวนเงินซึ่งบริษัทคาดว่าจะได้รับในปัจจุบันจากการจำหน่ายสินทรัพย์หลังจากหักต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการจำหน่ายสินทรัพย์ตามอายุและสภาพที่คาดว่าจะเป็ ณ วันสิ้นสุดอายุการใช้ประโยชน์

บริษัททบทวนวิธีการคิดค่าเสื่อมราคา มูลค่าคงเหลือและอายุการใช้ประโยชน์สินทรัพย์อย่างน้อยทุกสิ้นรอบปีบัญชี และหากวิธีการคิดค่าเสื่อมราคา มูลค่าคงเหลือและอายุการใช้ประโยชน์สินทรัพย์แตกต่างไปจากประมาณการให้ถือว่า การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเป็นการเปลี่ยนแปลงประมาณการทางบัญชี

เงินอุดหนุนจากรัฐบาลเกี่ยวข้องกับสินทรัพย์

เงินอุดหนุนจากรัฐบาลถูกรับรู้เมื่อบริษัทมีความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่าบริษัทได้รับเงินอุดหนุนและบริษัทสามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขเงินอุดหนุน บริษัทแสดงเงินอุดหนุนจากรัฐบาลเกี่ยวข้องกับสินทรัพย์หักจากมูลค่า

สินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง และทยอยรับรู้เงินอุดหนุนจากรัฐบาลในกำไรหรือขาดทุนตลอดอายุการใช้งานสินทรัพย์ในรูปค่าเสื่อมราคา

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น

บริษัทบันทึกต้นทุนเริ่มแรกสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่นตามราคาทุน ภายหลังการรับรู้รายการเริ่มแรก สินทรัพย์ไม่มีตัวตนแสดงมูลค่าตามราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสมและค่าเพื่อการด้อยค่า (ถ้ามี)

รายการภายหลังการรับรู้รายการ

รายการภายหลังการบันทึกรายการรับรู้เป็นสินทรัพย์เมื่อก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตโดยรวมเป็นสินทรัพย์ที่สามารถระบุได้ที่เกี่ยวข้อง

ค่าตัดจำหน่าย

ค่าตัดจำหน่ายคำนวณจากราคาทุนสินทรัพย์หรือมูลค่าอื่นใช้แทนราคาทุนหักมูลค่าคงเหลือสินทรัพย์

ค่าตัดจำหน่ายคำนวณด้วยวิธีเส้นตรงตามระยะเวลาคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากสินทรัพย์ไม่มีตัวตน และรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน เริ่มตัดจำหน่ายสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเมื่อสินทรัพย์พร้อมใช้ประโยชน์

ประมาณการระยะเวลาคาดว่าจะได้รับประโยชน์แสดงดังนี้

ปี

โปรแกรมคอมพิวเตอร์

10

บริษัททบทวนวิธีการตัดจำหน่าย ระยะเวลาคาดว่าจะได้รับประโยชน์ และมูลค่าคงเหลืออย่างน้อยทุกสิ้นรอบปีบัญชี หากเกิดการเปลี่ยนแปลงถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงประมาณการทางบัญชี

บริษัทตัดรายการบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตน เมื่อจำหน่ายสินทรัพย์หรือคาดว่าจะไม่ได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากการใช้หรือการจำหน่ายสินทรัพย์ กำไรหรือขาดทุนจากการจำหน่าย คือ ผลต่างระหว่างสิ่งตอบแทนสุทธิที่ได้รับจากการจำหน่ายกับมูลค่าตามบัญชี โดยรับรู้สุทธิในกำไรหรือขาดทุน

ด้อยค่าสินทรัพย์นอกจากสินทรัพย์ทางการเงิน

มูลค่าตามบัญชีสินทรัพย์ที่ไม่ใช่สินทรัพย์ทางการเงินของบริษัท เช่น ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนได้รับการทบทวนทุกสิ้นรอบระยะเวลารายงานว่ามีข้อบ่งชี้เรื่องการด้อยค่าหรือไม่ ในกรณีมีข้อบ่งชี้บริษัทจะประมาณมูลค่าสินทรัพย์ที่คาดว่าจะได้รับคืน

ผลขาดทุนจากการด้อยค่าบันทึกไว้ในกำไรหรือขาดทุน เมื่อมูลค่าตามบัญชีสินทรัพย์หรือหน่วยสินทรัพย์ก่อให้เกิดเงินสดสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน เว้นแต่ เมื่อกลับรายการประเมินมูลค่าสินทรัพย์เพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ขึ้นเดียวกันซึ่งเคยรับรู้ในส่วนของผู้ขายและด้อยค่าสินทรัพย์ในเวลาต่อมา ในกรณีนี้รับรู้ในส่วนของผู้ขาย

คำนวณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน

มูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนสินทรัพย์นอกจากสินทรัพย์ทางการเงิน หมายถึง มูลค่าจากการใช้สินทรัพย์หรือมูลค่ายุติธรรมสินทรัพย์หักต้นทุนการขายแล้วแต่มูลค่าใดจะสูงกว่า

การประเมินมูลค่าจากการใช้สินทรัพย์ประมาณจากกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตคิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลดก่อนภาษีเงินได้เพื่อสะท้อนมูลค่าที่อาจประเมินได้ในตลาดปัจจุบันซึ่งแปรไปตามเวลาและความเสี่ยงที่มีต่อสินทรัพย์ สำหรับสินทรัพย์ไม่ก่อให้เกิดกระแสเงินสดรับโดยอิสระจากสินทรัพย์อื่นพิจารณามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนรวมกับหน่วยสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดเงินสดที่สินทรัพย์นั้นเกี่ยวข้อง

การประเมินมูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนการขาย บริษัทใช้แบบจำลองการประเมินมูลค่าที่ดีที่สุดที่เหมาะสมกับสินทรัพย์เพื่อสะท้อนถึงจำนวนเงินซึ่งบริษัทสามารถได้มาจากการจำหน่ายสินทรัพย์หักต้นทุนการจำหน่าย โดยการจำหน่ายซึ่งผู้ซื้อกับผู้ขายมีความรอบรู้และเต็มใจแลกเปลี่ยนและสามารถต่อรองราคากันอย่างเป็นอิสระในลักษณะของผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกัน

กลับรายการค้อยค่า

ผลขาดทุนจากการค้อยค่าสินทรัพย์ทางการเงินถูกกลับรายการเมื่อมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนเพิ่มขึ้นในภายหลัง และการเพิ่มขึ้นสัมพันธ์โดยตรงกับผลขาดทุนจากการค้อยค่าที่เคยรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน

ผลขาดทุนจากการค้อยค่าสินทรัพย์นอกจากสินทรัพย์ทางการเงินอื่นซึ่งเคยรับรู้ในงวดก่อนจะถูกประเมินในรอบระยะเวลารายงานว่ามีข้อบ่งชี้เรื่องการค้อยค่าหรือไม่ หากเกิดการเปลี่ยนแปลงประมาณการสำหรับใช้ในการคำนวณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ผลขาดทุนจากการค้อยค่าจะกลับรายการเพียงเท่ามูลค่าตามบัญชีสินทรัพย์ไม่เกินกว่ามูลค่าตามบัญชีภายหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสมหรือค่าตัดจำหน่ายสะสม เสมือนหนึ่งไม่เคยบันทึกผลขาดทุนจากการค้อยค่า

สัญญาเช่า

ผู้เช่า

บริษัทประเมินสัญญาเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่า ณ วันที่เริ่มต้นสัญญา เมื่อสัญญาให้สิทธิการควบคุมการใช้สินทรัพย์ระยะหนึ่งได้สำหรับช่วงเวลาหนึ่งเพื่อแลกเปลี่ยนกับสิ่งตอบแทน

บริษัทรับรู้สินทรัพย์สิทธิการใช้และหนี้สินตามสัญญาเช่าสำหรับสัญญาเช่าระยะเวลาเช่ามากกว่า 12 เดือน ยกเว้นสัญญาเช่าระยะสั้น (อายุสัญญาเช่า 12 เดือนหรือน้อยกว่า) และสัญญาเช่าซึ่งสินทรัพย์อ้างอิงมูลค่าต่ำ

สินทรัพย์สิทธิการใช้

บริษัทรับรู้สินทรัพย์สิทธิการใช้ ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล (วันที่สินทรัพย์อ้างอิงพร้อมใช้งาน) หรือวันที่เปลี่ยนแปลงสัญญาเช่า สินทรัพย์สิทธิการใช้วัดมูลค่าด้วยราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสมและค่าเผื่อการค้อยค่าสินทรัพย์ (ถ้ามี) และปรับปรุงเมื่อวัดมูลค่าหนี้สินตามสัญญาเช่าใหม่

สินทรัพย์สิทธิการใช้ ประกอบด้วย การวัดมูลค่าเริ่มแรกหนี้สินตามสัญญาเช่าเกี่ยวข้องกับจำนวนเงินจ่ายชำระตามสัญญาเช่า ณ วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลหรือก่อนวันที่สัญญาเริ่มมีผลรวมต้นทุนทางตรงเริ่มแรกและประมาณการต้นทุนในการบูรณะหักถึงจุดตามสัญญาเช่าที่ได้รับ

บริษัทประมาณการต้นทุนจะเกิดขึ้นในการซื้อและการขนย้ายสินทรัพย์อ้างอิง การบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์อ้างอิง หรือการบูรณะสินทรัพย์อ้างอิงให้อยู่ในสภาพตามที่กำหนดในข้อตกลงและเงื่อนไขสัญญาเช่า ประมาณการ ต้นทุนถือเป็นต้นทุนเพื่อรับรู้มูลค่าเป็นส่วนหนึ่งของสินทรัพย์สิทธิการใช้ที่เกี่ยวข้อง

บริษัทปันส่วนสิ่งตอบแทนต้องจ่ายตามสัญญาให้กับแต่ละส่วนประกอบของสัญญาเช่าตามราคาเอกเทศของแต่ละส่วนประกอบ บริษัทอาจปฏิบัติตามการผ่อนปรนหากไม่สามารถแยกส่วนประกอบไม่เป็นการเช่า โดยรับรู้สัญญาเช่าและส่วนประกอบไม่เป็นการเช่าเป็นสัญญาเช่าเพียงอย่างเดียว

ค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์สิทธิการใช้รับรู้ในกำไรหรือขาดทุนและคำนวณด้วยวิธีเส้นตรงตามประมาณการอายุสัญญาเช่า หรืออายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์แล้วแต่ระยะเวลาใดจะสั้นกว่า แสดงดังนี้

ปี/

ยานพาหนะ

5

หากความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิงโอนให้กับบริษัทเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่าจัดประเภทบัญชีเป็นส่วนหนึ่งของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ หรืออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ราคาทุนสินทรัพย์รวมถึงการใช้สิทธิเลือกซื้อ ค่าตัดจำหน่ายคำนวณจากอายุการให้ประโยชน์โดยประมาณของสินทรัพย์

หากบริษัทไม่มีความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่าความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิงถูกโอนให้แก่บริษัทเมื่อสิ้นสุดอายุสัญญาเช่า สินทรัพย์สิทธิการใช้ถูกคิดค่าตัดจำหน่ายด้วยวิธีเส้นตรงนับจากวันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผลจนถึงวันสิ้นสุดของอายุการให้ประโยชน์ของสินทรัพย์สิทธิการใช้หรือวันสิ้นสุดอายุสัญญาเช่าแล้วแต่วันใดจะเกิดขึ้นก่อน

บริษัทถือปฏิบัติตามข้อกำหนดการตัดรายการและการด้อยค่าตามหลักเครื่องมือทางการเงินกับเงินลงทุนสุทธิตามสัญญาเช่า บริษัทสอบทานมูลค่าคงเหลือไม่ได้รับประกันซึ่งประมาณการไว้ สำหรับใช้ในการคำนวณเงินลงทุนขั้นต้นตามสัญญาเช่าอย่างสม่ำเสมอ

หนี้สินตามสัญญาเช่า

หนี้สินตามสัญญาเช่าวัดมูลค่าเมื่อเริ่มแรกด้วยมูลค่าปัจจุบันของค่าเช่าต้องจ่ายชำระทั้งหมดตามสัญญาเช่า คิดลดด้วยอัตราดอกเบี้ยตามนัยของสัญญาเช่า เว้นแต่ อัตราตามนัยไม่สามารถกำหนดได้ บริษัทใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมส่วนเพิ่มของบริษัท ค่าเช่ารวมถึงค่าเช่าคงที่ที่หักสิ่งจูงใจตามสัญญาเช่าค้างรับ และจำนวนเงินคาดว่าจะต้องจ่ายภายใต้การรับประกันมูลค่าคงเหลือ ค่าเช่ายังรวมถึงจำนวนเงินต้องจ่ายตามสิทธิเลือกซื้อ สิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือสิทธิเลือกในการยกเลิกสัญญาเช่า หากบริษัทมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลใช้สิทธิ

การวัดมูลค่าภายหลังหนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้นด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่ายเพื่อสะท้อนดอกเบี้ยจากหนี้สินตามสัญญาเช่าด้วยวิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง ส่วนดอกเบี้ยจ่ายรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน และลดลงเพื่อสะท้อนการจ่ายชำระตามสัญญาเช่า

หนี้สินตามสัญญาเช่าถูกวัดมูลค่าใหม่เมื่อเปลี่ยนแปลงอายุสัญญาเช่า เปลี่ยนแปลงค่าเช่า เปลี่ยนแปลงประมาณการจำนวนเงินคาดว่าจะต้องจ่ายภายใต้การรับประกันมูลค่าคงเหลือ หรือเปลี่ยนแปลงการประเมินการใช้สิทธิเลือกซื้อ สิทธิเลือกในการขยายอายุสัญญาเช่าหรือสิทธิเลือกในการยกเลิกสัญญาเช่า เมื่อวัดมูลค่าหนี้สินตามสัญญาเช่าใหม่จะ

ปรับปรุงกับมูลค่าตามบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้ หรือรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนหากมูลค่าตามบัญชีสินทรัพย์สิทธิการใช้ถูกลดมูลค่าลงจนเป็นศูนย์

สัญญาเช่าระยะสั้นและสัญญาเช่าสินทรัพย์อ้างอิงมูลค่าต่ำ

จำนวนเงินต้องจ่ายตามสัญญาเช่าที่มีอายุสัญญาเช่า 12 เดือนหรือน้อยกว่านับตั้งแต่วันที่สัญญาเช่าเริ่มมีผล หรือสัญญาเช่าสินทรัพย์อ้างอิงมูลค่าต่ำ บริษัทรับรู้การจ่ายชำระตามสัญญาเช่าเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานด้วยวิธีเส้นตรงตลอดอายุสัญญาเช่า เว้นแต่เกณฑ์เป็นระบบอื่นดีกว่าซึ่งเป็นตัวแทนรูปแบบเวลาแสดงถึงประโยชน์เชิงเศรษฐกิจจากการใช้สินทรัพย์เช่า

ประมาณการหนี้สิน

ประมาณการหนี้สินรับรู้ในงบฐานะการเงินเมื่อบริษัทมีภาระผูกพันตามกฎหมาย ภาระผูกพันโดยอนุमानซึ่งเกิดขึ้นในปัจจุบันหรือภาระผูกพันซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ในอดีต และมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่บริษัทจะเสียประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเพื่อชำระภาระหนี้สิน จำนวนภาระหนี้สินสามารถประมาณจำนวนเงินได้อย่างน่าเชื่อถือ

เงินปันผลจ่าย

เงินปันผลจ่ายและเงินปันผลจ่ายระหว่างกาลในรอบระยะเวลาบัญชีตามที่ประชุมผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการบริษัทมีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผล

เงินกู้ยืมอื่น

เงินกู้ยืมอื่นรับรู้เริ่มแรกด้วยมูลค่ายุติธรรมสิ่งตอบแทนที่ได้รับ วัดมูลค่าภายหลังด้วยวิธีราคาทุนตัดจำหน่ายตามวิธีอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง ผลต่างระหว่างสิ่งตอบแทนเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าที่จ่ายคืนเพื่อชำระหนี้รับรู้เป็นดอกเบี้ยจ่ายในกำไรหรือขาดทุนตลอดช่วงเวลาการกู้ยืม

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานคำนวณโดยการหารกำไรสำหรับปีของผู้ถือหุ้นสามัญของบริษัทด้วยจำนวนหุ้นเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของบริษัทที่ออกจำหน่ายระหว่างปี

การใช้ดุลยพินิจผู้บริหาร

การจัดทำงบการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน บริษัทจำเป็นต้องอาศัยดุลยพินิจผู้บริหารเพื่อกำหนดนโยบายการบัญชี ประมาณการในเรื่องที่มีความไม่แน่นอนและการตั้งข้อสมมติฐานหลายประการ

การใช้ดุลยพินิจและประมาณการสำคัญ ดังนี้

ก) รับรู้และตัดรายการสินทรัพย์และหนี้สิน

การพิจารณาการรับรู้หรือการตัดรายการสินทรัพย์และหนี้สิน ฝ่ายบริหารต้องใช้ดุลยพินิจในการพิจารณาว่าบริษัทโอนหรือรับโอนความเสี่ยงและผลประโยชน์ในสินทรัพย์และหนี้สินแล้วหรือไม่ โดยใช้ดุลยพินิจบนพื้นฐานข้อมูลที่ดีที่สุดที่รับรู้ได้ในสภาวะปัจจุบัน

ข) ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสินทรัพย์ทางการเงิน

ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นสินทรัพย์ทางการเงินเกิดจากการปรับมูลค่าลูกหนี้จากความเสี่ยงด้านเครดิตที่อาจเกิดขึ้น ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประมาณการค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตสำหรับสินทรัพย์ทางการเงิน การคำนวณค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นของบริษัทขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการประเมินการเพิ่มขึ้นของความเสี่ยงด้านเครดิต การพัฒนาแบบจำลอง ความเสี่ยงการเรียกชำระมูลค่าหลักประกัน การวิเคราะห์สถานะของลูกหนี้รายกลุ่มและรายตัว ความน่าจะเป็นจากการได้รับชำระหนี้ รวมถึงการเลือกข้อมูลการคาดการณ์สภาวะเศรษฐกิจในอนาคตมาใช้ในแบบจำลอง อย่างไรก็ตาม การใช้ประมาณการและข้อสมมติฐานที่แตกต่างกันอาจมีผลต่อจำนวนค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิต ดังนั้น การปรับปรุงค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอาจเกิดขึ้นในอนาคต

ค) ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

การรับรู้ต้นทุนที่เกิดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของมูลค่าตามบัญชีรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์จะสิ้นสุดเมื่อฝ่ายบริหารพิจารณาแล้วว่าสินทรัพย์อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้ตามความประสงค์ของฝ่ายบริหาร

การคำนวณค่าเสื่อมราคาอาคารและอุปกรณ์ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการอายุการใช้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือเมื่อเลิกใช้งานอาคารและอุปกรณ์ และทบทวนอายุการใช้ประโยชน์และมูลค่าคงเหลือใหม่หากเกิดการเปลี่ยนแปลง

ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องสอบทานการด้อยค่าที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ในแต่ละช่วงเวลาและบันทึกขาดทุนจากการด้อยค่าหากมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนต่ำกว่ามูลค่าตามบัญชีสินทรัพย์ ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์รายได้และค่าใช้จ่ายในอนาคตซึ่งเกี่ยวข้องกับสินทรัพย์

ง) สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

การบันทึกและวัดมูลค่าสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ณ วันที่ได้มา ตลอดจนการทดสอบการด้อยค่าภายหลัง ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตจากสินทรัพย์หรือหน่วยของสินทรัพย์ก่อให้เกิดเงินสด รวมทั้งการเลือกอัตราคิดลดที่เหมาะสมสำหรับการคำนวณมูลค่าปัจจุบันกระแสเงินสด

จ) สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

บริษัทรับรู้สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีสำหรับผลแตกต่างชั่วคราวใช้หักภาษีเมื่อมีความเป็นไปได้ก่อนข้างแน่นว่าบริษัทจะมีกำไรทางภาษีในอนาคตเพียงพอสำหรับใช้ประโยชน์จากผลแตกต่างชั่วคราวและขาดทุนทางภาษี ยังไม่ได้ใช้ ทั้งนี้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องประมาณการว่าบริษัทควรรับรู้จำนวนสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีเป็นจำนวนเท่าใด โดยพิจารณาถึงจำนวนกำไรทางภาษีที่คาดว่าจะเกิดในอนาคตในแต่ละช่วงเวลา

ฉ) สัญญาเช่า

บริษัทประเมินว่าสัญญาเป็นสัญญาเช่าหรือประกอบด้วยสัญญาเช่า ณ วันเริ่มต้นสัญญาเช่า ฝ่ายบริหารใช้ดุลยพินิจประเมินเงื่อนไขและรายละเอียดของสัญญาเพื่อพิจารณาว่าบริษัทโอนหรือรับโอนความเสี่ยงและผลประโยชน์ในสินทรัพย์เช่าหรือไม่

กำหนดอายุสัญญาเช่าที่มีสิทธิการเลือกการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่า

การกำหนดอายุสัญญาเช่า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจประเมินว่าบริษัทมีความแน่นอนอย่างสมเหตุสมผลหรือไม่ที่จะใช้สิทธิเลือกการขยายอายุสัญญาเช่าหรือยกเลิกสัญญาเช่าโดยคำนึงถึงข้อเท็จจริงและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดซึ่งทำให้เกิดสิ่งจูงใจในทางเศรษฐกิจสำหรับบริษัทในการใช้หรือไม่ใช้สิทธิเลือก

อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมส่วนเพิ่ม

บริษัทใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมส่วนเพิ่มสำหรับคิดลดหนี้สินตามสัญญาเช่า (เมื่อไม่สามารถกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามนัยของสัญญาเช่า) เป็นอัตราดอกเบี้ยจะต้องจ่ายในการกู้ยืมเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่มีมูลค่าใกล้เคียงกับสินทรัพย์สิทธิการใช้ในสภาพแวดล้อมคล้ายกันตามระยะเวลาการกู้ยืมและหลักประกันคล้ายกัน

ข) ผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน

หนี้สินตามโครงการผลประโยชน์หลังออกจากงานประมาณขึ้นตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ซึ่งต้องอาศัยข้อสมมติฐานต่าง ๆ ในประมาณการ เช่น อัตราคิดลด อัตราการขึ้นเงินเดือนในอนาคต อัตราการเกษียณ และอัตราการเปลี่ยนแปลงในจำนวนพนักงาน เป็นต้น

ข) ด้อยค่าสินทรัพย์นอกจากสินทรัพย์ทางการเงิน

สินทรัพย์นอกจากสินทรัพย์ทางการเงินคงเหลือตามบัญชีของบริษัททบทวน ณ ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงานว่ามีข้อบ่งชี้ เรื่อง การด้อยค่าหรือไม่ ในกรณีมีข้อบ่งชี้ฝ่ายบริหารจะประมาณมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืนสินทรัพย์

ณ) รายได้จากสัญญาทำกับลูกค้า

ระบุภาระต้องปฏิบัติ

การระบุภาระต้องปฏิบัติในการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจประเมินเงื่อนไขและรายละเอียดสัญญาทำกับลูกค้าเพื่อพิจารณาว่าสินค้าหรือบริการแต่ละรายการถือเป็นภาระแยกจากกันหรือไม่ กล่าวคือ บริษัทบันทึกสินค้าหรือบริการแต่ละรายการแยกจากกัน เมื่อสินค้าหรือบริการสามารถระบุแยกจากสินค้าหรือบริการอื่นในสัญญา และลูกค้าได้รับประโยชน์จากสินค้าหรือบริการ

กำหนดจังหวะเวลาการรับรู้รายได้

กำหนดจังหวะเวลาการรับรู้รายได้ ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจประเมินเงื่อนไขและรายละเอียดสัญญาที่ทำกับลูกค้าเพื่อพิจารณาว่าภาระต้องปฏิบัติเสร็จสิ้นตลอดช่วงเวลาหนึ่งหรือเสร็จสิ้น ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ บริษัทรับรู้รายได้ตลอดช่วงเวลาหนึ่ง เมื่อเป็นไปตามเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งต่อไปนี้

- ลูกค้าได้รับและใช้ประโยชน์จากผลของการปฏิบัติงานของบริษัทในขณะที่บริษัทปฏิบัติงาน
- การปฏิบัติงานของบริษัทก่อให้เกิดสินทรัพย์ที่ลูกค้าควบคุมในขณะที่สร้างสินทรัพย์ หรือ
- การปฏิบัติงานของบริษัทไม่ก่อให้เกิดสินทรัพย์ที่บริษัทสามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่น และบริษัทมีสิทธิในการรับชำระสำหรับการปฏิบัติงานเสร็จสิ้นถึงปัจจุบัน

กรณีไม่เข้าเงื่อนไขข้างต้น บริษัทรับรู้รายได้ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจในการประเมินว่าภาระที่ต้องปฏิบัติเสร็จสิ้นเมื่อใด

การคำนวณรายได้รับรู้ตลอดช่วงระยะเวลาหนึ่ง ฝ่ายบริหารใช้ดุลยพินิจวัดระดับความก้าวหน้าของงานเพื่อให้สะท้อนถึงผลการปฏิบัติงานของบริษัทตามภาระที่ต้องปฏิบัติให้เสร็จสิ้น โดยพิจารณาถึงขั้นความสำเร็จของงานดังนี้

- รายได้จากการบริการส่งมอบการควบคุมตลอดช่วงระยะเวลาหนึ่ง

การคำนวณรายได้รับรู้ตลอดช่วงระยะเวลาหนึ่ง ฝ่ายบริหารใช้ดุลยพินิจวัดระดับความก้าวหน้าของงานเพื่อให้สะท้อนถึงผลการปฏิบัติงานของบริษัทตามภาระที่ต้องปฏิบัติให้เสร็จ ซึ่งคำนวณโดยการเปรียบเทียบต้นทุนที่เกิดขึ้นแล้วจนถึงวันสิ้นสุดงวดกับต้นทุนทั้งหมดซึ่งคาดว่าจะใช้ในการปฏิบัติตามสัญญา

ญ) ประมาณการต้นทุน

บริษัทประมาณการต้นทุนของแต่ละงานจากสรุปรายละเอียดของงานจากลูกค้าซึ่งนำมาคำนวณจำนวนและมูลค่าของต้นทุนที่ต้องใช้สำหรับงาน รวมถึงค่าจ้างที่ต้องใช้ในการทำงานจนเสร็จ ประกอบกับการพิจารณาถึงแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงราคาค่าจ้าง และค่าใช้จ่ายอื่น บริษัททบทวนประมาณการต้นทุนอย่างสม่ำเสมอ และทุกคราวที่ต้นทุนเกิดขึ้นจริงแตกต่างจากประมาณการต้นทุนอย่างเป็นสาระสำคัญ

ฉ) เงินรับล่วงหน้าจากลูกค้า

สัญญาจากการให้บริการซึ่งบริษัททำกับลูกค้าระบุให้บริษัทมีสิทธิได้รับเงินเมื่อเริ่มสัญญา บริษัทพิจารณาว่าเงินได้รับไม่ถือว่ามียอดค่าบริการเกี่ยวกับการจัดหาเงินที่มีนัยสำคัญ เนื่องจากเงินได้รับจากลูกค้าไม่ใช่การจัดหาเงินทุนเพื่อบริษัท แต่เพื่อป้องกันบริษัทจากลูกค้าไม่อาจปฏิบัติตามสัญญาให้สมบูรณ์บางส่วนหรือทั้งหมด

วัดมูลค่ายุติธรรม

มูลค่ายุติธรรม หมายถึง ราคาคาดว่าจะได้รับจากการขายสินทรัพย์หรือจ่ายชำระเพื่อโอนหนี้สินให้ผู้อื่นซึ่งเป็นรายการที่เกิดขึ้นในสภาพปกติระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (ผู้ร่วมตลาด) ณ วันที่วัดมูลค่าในตลาดหลักหรือตลาดที่ให้ประโยชน์สูงสุด และสามารถเข้าถึงได้ บริษัทใช้ราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่องในการวัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรม ยกเว้นในกรณีไม่มีตลาดที่มีสภาพคล่องสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินที่มีลักษณะเดียวกันหรือไม่สามารถหาราคาเสนอซื้อขายในตลาดที่มีสภาพคล่อง บริษัทประมาณมูลค่ายุติธรรมโดยใช้เทคนิคการประเมินมูลค่าที่เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ และพยายามใช้ข้อมูลสามารถสังเกตได้ที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์หรือหนี้สินซึ่งวัดมูลค่ายุติธรรมให้มากที่สุด

ลำดับชั้นมูลค่ายุติธรรมสำหรับใช้วัดมูลค่าและเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมสินทรัพย์และหนี้สินในงบการเงินแบ่งออกเป็นสามระดับตามประเภทข้อมูลนำมาใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรม ดังนี้

- ระดับ 1 ข้อมูลราคาเสนอซื้อขายสำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สินอย่างเดียวกันในตลาดที่มีสภาพคล่องและกิจการสามารถเข้าถึงตลาดนั้น ณ วันที่วัดมูลค่า
- ระดับ 2 ข้อมูลอื่นสามารถสังเกตได้สำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สิน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางตรงหรือทางอ้อม นอกเหนือจากราคาเสนอซื้อขายซึ่งรวมอยู่ในข้อมูลระดับ 1

ระดับ 3 ข้อมูลไม่สามารถสังเกตได้สำหรับสินทรัพย์หรือหนี้สิน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับกระแสเงินสดในอนาคตซึ่งบริษัทประมาณขึ้น

หากสินทรัพย์หรือหนี้สินวัดมูลค่าด้วยมูลค่ายุติธรรมมีราคาเสนอซื้อและราคาเสนอขาย บริษัทวัดมูลค่าสินทรัพย์และสถานะการเป็นสินทรัพย์ด้วยราคาเสนอซื้อ และวัดมูลค่าหนี้สินและสถานะการเป็นหนี้สินด้วยราคาเสนอขาย

หลักฐานที่ดีที่สุดสำหรับมูลค่ายุติธรรมของเครื่องมือทางการเงิน ณ วันที่รับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกคือราคาของการทำรายการ เช่น มูลค่ายุติธรรมของผลตอบแทนที่ให้หรือได้รับ

ทุกวันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน บริษัทประเมินความจำเป็นในการโอนรายการระหว่างลำดับชั้นของมูลค่ายุติธรรมสำหรับสินทรัพย์และหนี้สินที่ถืออยู่ ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานที่มีการวัดมูลค่ายุติธรรมแบบเกิดขึ้นประจำ

4. รายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันกับบริษัท หมายถึง บุคคลหรือกิจการที่มีอำนาจควบคุมบริษัทหรือถูกบริษัทควบคุมทั้งทางตรงหรือทางอ้อม หรืออยู่ภายใต้การควบคุมเดียวกันกับบริษัท

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันหมายรวมถึงและบุคคลที่มีสิทธิออกเสียงโดยทางตรงหรือทางอ้อมซึ่งมีอิทธิพลต่อบริษัท ผู้บริหารสำคัญ กรรมการหรือพนักงานของบริษัทที่มีอำนาจการวางแผนและควบคุมการดำเนินงานของบริษัท ตลอดจนทั้งสมาชิกในครอบครัวที่ใกล้ชิดกับบุคคลและกิจการที่บุคคลดังกล่าวมีอำนาจควบคุมหรือมีอิทธิพลทั้งทางตรงหรือทางอ้อม

ค่าตอบแทนผู้บริหารและกรรมการ

ค่าตอบแทนผู้บริหารและกรรมการ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
ค่าตอบแทนผู้บริหาร		
ผลประโยชน์ระยะสั้น	17,360,000	17,160,000
ผลประโยชน์หลังออกจากงาน	311,645	566,641
รวม	17,671,645	17,726,641
ค่าตอบแทนกรรมการ	324,000	399,000

ค่าตอบแทนกรรมการเป็นประโยชน์จ่ายให้แก่กรรมการบริษัท ตามมาตรา 90 ของพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 โดยไม่รวมเงินเดือนและผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องจ่ายให้กับกรรมการซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารบริษัท

คำประกันหนี้สินระหว่างกัน

บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกันคำประกันหนี้สินระหว่างกัน ดังนี้

กรรมการบริษัทคำประกันวงเงินหนี้สินตามสัญญาเช่าและสินเชื่อจากสถาบันการเงินของบริษัท โดยไม่คิดผลตอบแทน (ดูหมายเหตุ 12 และ 15)

5. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
เงินสด	13,376	11,761
เงินฝากธนาคาร	70,552,750	142,700,758
รวม	70,566,126	142,712,519

ร้อยละ

อัตราดอกเบี้ย	0.40	0.55 - 0.60
---------------	------	-------------

6. ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

สินทรัพย์หมุนเวียน

	บาท	
	2567	2566
ลูกหนี้การค้า	164,456,116	99,490,933
ลูกหนี้อื่น	249,682	201,364
หัก ค่าเผื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	(163,829)	(163,829)
ลูกหนี้อื่น - สุทธิ	85,853	37,535
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น - สุทธิ	164,541,969	99,528,468

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566 ค่าเพื่อผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแสดงรายการเคลื่อนไหว ดังนี้

	บาท
ยอดยกมา	-
บวก ผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น	163,829
ยอดคงเหลือ	163,829

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทแสดงยอดลูกหนี้การค้าแยกตามจำนวนเดือนค้างชำระ ดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ลูกหนี้การค้า		
ยังไม่ถึงกำหนดชำระ	132,312,986	85,755,736
เกินกำหนดชำระ		
น้อยกว่า 3 เดือน	31,074,955	13,727,827
มากกว่า 3 เดือน ไม่เกิน 6 เดือน	1,054,504	7,370
มากกว่า 6 เดือน ไม่เกิน 12 เดือน	13,671	-
รวม	164,456,116	99,490,933

7. รายได้ค้างรับ

รายได้ค้างรับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

สินทรัพย์หมุนเวียน

	บาท	
	2567	2566
รายได้ค้างรับ	34,168,757	34,107,810

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทแสดงยอดรายได้ค้างรับแยกตามวันที่รับรู้รายได้ค้างรับ ดังนี้

	บาท	
	2567	2566
น้อยกว่า 3 เดือน	34,168,757	34,051,846
มากกว่า 3 เดือน ไม่เกิน 6 เดือน	-	55,964
รวม	34,168,757	34,107,810

8. สินค้าคงเหลือ

สินค้านี้คงเหลือ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
สินค้าสำเร็จรูป	23,236,489	2,871,438

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ต้นทุนของสินค้าบันทึกไว้ในบัญชีต้นทุนขาย ดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ต้นทุนขาย	60,038,173	12,736,768
รายการเปลี่ยนแปลงสินค้าสำเร็จรูป	20,365,051	2,871,438

9. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
ภาษีมูลค่าเพิ่มรอใบกำกับภาษีและรอเครดิต	588,576	747,573
ค่าใช้จ่ายจ่ายล่วงหน้า	5,391,917	1,595,818
เงินประกันและเงินมัดจำ	924,667	505,258
รวม	6,905,160	2,848,649

10. เงินฝากธนาคารติดภาระหลักประกัน

เงินฝากธนาคารติดภาระหลักประกัน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 ประกอบด้วย

บาท			
เงินฝากธนาคาร	จำนวนเงิน	หมายเหตุ	หลักประกัน
ประจำ	4,000,000	15	วงเงินหนังสือค้ำประกันการซื้อสินค้า

11. ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

รายการเปลี่ยนแปลงที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

บาท					
	ที่ดิน	อาคาร	อุปกรณ์สำนักงาน	ยานพาหนะ	รวม
ราคาทุน					
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	10,005,000	48,349,056	9,814,538	4,189,346	72,357,940
ซื้อ/โอนเข้า	-	187,000	1,275,574	-	1,462,574
จำหน่าย/โอนออก	-	-	(158,987)	(400,000)	(558,987)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	10,005,000	48,536,056	10,931,125	3,789,346	73,261,527
ซื้อ/โอนเข้า	-	4,320,292	3,102,659	-	7,422,951
จำหน่าย/โอนออก	-	-	(248,977)	-	(248,977)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	10,005,000	52,856,348	13,784,807	3,789,346	80,435,501
ค่าเสื่อมราคาสะสม					
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	-	13,016,599	6,666,739	1,900,715	21,584,053
ค่าเสื่อมราคา	-	1,618,103	1,128,484	563,787	3,310,374
จำหน่าย/โอนออก	-	-	(158,933)	(272,656)	(431,589)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	-	14,634,702	7,636,290	2,191,846	24,462,838
ค่าเสื่อมราคา	-	1,766,442	1,569,826	557,869	3,894,137
จำหน่าย/โอนออก	-	-	(248,977)	-	(248,977)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	-	16,401,144	8,957,139	2,749,715	28,107,998

บาท

	ที่ดิน	อาคาร	อุปกรณ์สำนักงาน	ยานพาหนะ	รวม
มูลค่าสุทธิทางบัญชี					
กรรมสิทธิ์บริษัท	10,005,000	33,901,354	3,294,835	-	47,201,189
สินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	-	1,597,500	1,597,500
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	10,005,000	33,901,354	3,294,835	1,597,500	48,798,689
กรรมสิทธิ์บริษัท	10,005,000	36,455,204	4,827,668	-	51,287,872
สินทรัพย์สิทธิการใช้	-	-	-	1,039,631	1,039,631
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	10,005,000	36,455,204	4,827,668	1,039,631	52,327,503

บาท

	2567	2566
ณ วันที่ 31 ธันวาคม		
มูลค่าตามบัญชีก่อนหักค่าเสื่อมราคาสะสม		
ตัดค่าเสื่อมราคาทั้งจำนวนแล้วแต่ยังคงใช้งาน	6,664,073	5,827,297
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
ค่าเสื่อมราคابันทักเป็น		
ต้นทุนขายและบริการ	67,948	165,535
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	3,826,189	3,144,839

บริษัททำสัญญาเช่ายานพาหนะกับกิจการอื่น บริษัทรับรู้สินทรัพย์สิทธิการใช้ตามสัญญาเช่าเป็นส่วนหนึ่งของยานพาหนะ

รายการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สิทธิการใช้ซึ่งรับรู้เป็นอุปกรณ์ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท
	ยานพาหนะ
มูลค่าสุทธิทางบัญชี	
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	2,155,369
หัก ค่าตัดจำหน่าย	(557,869)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	1,597,500
หัก ค่าตัดจำหน่าย	(557,869)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	1,039,631

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทจดจำนองที่ดินและอาคารเพื่อเป็นหลักประกันวงเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน (ดูหมายเหตุ 15) ซึ่งที่ดินและอาคารติดภาระหลักประกันแสดงมูลค่าสุทธิทางบัญชี ดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ที่ดิน	1,500,000	1,500,000
อาคาร	2,251,231	2,419,401
รวม	3,751,231	3,919,401

12. สัญญาเช่า

หนี้สินตามสัญญาเช่า

หนี้สินตามสัญญาเช่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
จำนวนเงินต้องจ่ายตามสัญญาเช่า	55,566	722,358
หัก ดอกเบี้ยรอตัดบัญชี	(203)	(18,201)
หนี้สินตามสัญญาเช่า	55,363	704,157
หัก ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	(648,794)
หนี้สินระยะยาว	55,363	55,363

บริษัททำสัญญาเช่าเพื่อซื้อยานพาหนะกำหนดระยะเวลา 5 ปี สำหรับใช้ในการดำเนินงาน

รายการเปลี่ยนแปลงหนี้สินตามสัญญาเช่าสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ยอดยกมา	704,157	1,325,145
ดอกเบี้ยตัดบัญชี	17,998	45,804
จ่ายชำระหนี้คืน	(666,792)	(666,792)
ยอดคงเหลือ	55,363	704,157

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 หนี้สินตามสัญญาเช่าแสดงตามระยะเวลาครบกำหนดจ่ายชำระหนี้คืน ดังนี้

	2567			2566		
	ดอกเบี้ยรอ			ดอกเบี้ยรอ		
กำหนดจ่ายชำระหนี้คืน	มูลค่าปัจจุบัน	ตัดบัญชี	ค่าเช่าขั้นต่ำ	มูลค่าปัจจุบัน	ตัดบัญชี	ค่าเช่าขั้นต่ำ
ภายใน 1 ปี	55,363	203	55,566	648,794	17,998	666,792
เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	-	-	-	55,363	203	55,566
รวม	55,363	203	55,566	704,157	18,201	722,358

บริษัททำสัญญาเช่า กำหนดการผ่อนชำระเป็นรายเดือน จำนวนเงิน 0.06 ล้านบาท ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี แสดงภายใต้หนี้สินหมุนเวียน

บุคคลที่เกี่ยวข้องกันค้าประกันหนี้สินตามสัญญาเช่าเต็มวงเงิน (ดูหมายเหตุ 4)

	บาท	
	2567	2566
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
จำนวนรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน		
ดอกเบี้ยจ่ายหนี้สินตามสัญญาเช่า	17,998	45,804
ค่าใช้จ่ายสัญญาเช่าระยะสั้น	2,409,459	1,015,392

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทแสดงจำนวนเงินขั้นต่ำต้องจ่ายในอนาคตภายใต้สัญญาเช่าระยะสั้น ดังนี้

	บาท	
กำหนดจ่ายชำระ	2567	2566
ภายใน 1 ปี	2,409,459	1,015,392
เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	113,206	56,924

13. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

รายการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์ไม่มีตัวตน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท
	โปรแกรมคอมพิวเตอร์
ราคาทุน	
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	4,303,000
ซื้อ/โอนเข้า	245,000
จำหน่าย/โอนออก	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	4,548,000
ซื้อ/โอนเข้า	1,793,950
จำหน่าย/โอนออก	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	6,341,950
ค่าตัดจำหน่ายสะสม	
ณ วันที่ 1 มกราคม 2566	1,184,587
ค่าตัดจำหน่าย	482,151
จำหน่าย/โอนออก	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	1,666,738
ค่าตัดจำหน่าย	521,507
จำหน่าย/โอนออก	-
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	2,188,245
มูลค่าสุทธิทางบัญชี	
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	2,881,262
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567	4,153,705

14. สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้า	226,238	363,757
ภาษีเงินได้จ่ายล่วงหน้า	35,112,576	24,094,584
เงินมัดจำและเงินประกัน	68,000	497,900
รวม	35,406,814	24,956,241

15. เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร

บริษัทมีวงเงินสินเชื่อจากสถาบันการเงิน

ประเภทสินเชื่อ	บาท		ร้อยละ	กำหนดจ่ายชำระหนี้
	วงเงิน			
	2567	2566	อ้างอิงอัตราดอกเบี้ย	
เงินเบิกเกินบัญชีธนาคาร	5,000,000	5,000,000	MRR	เมื่อทวงถาม
หนังสือค้ำประกัน	22,000,000	-	1.75	12 เดือน

หลักประกัน

บริษัทจดทะเบียนที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง (ดูหมายเหตุ 11) ตลอดจนผลประโยชน์จากการทำประกันภัยสิ่งปลูกสร้าง

เงินฝากธนาคารติดภาระหลักประกัน (ดูหมายเหตุ 10)

กรรมการบริษัทค้ำประกันเงินกู้ยืมเต็มวงเงิน (ดูหมายเหตุ 4)

16. เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น

เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
เจ้าหนี้การค้า	52,144,538	34,509,643
เจ้าหนี้อื่น		
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	3,352,786	2,582,849
อื่น ๆ	239,403	429,098
รวม	3,592,189	3,011,947
รวมทั้งหมด	55,736,727	37,521,590

17. หนี้สินหมุนเวียนอื่น

หนี้สินหมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายรอนำส่ง	1,127,526	1,223,715
ภาษีมูลค่าเพิ่มรอนำส่ง	12,955,753	8,276,865
อื่น ๆ	1,181,068	859,750
รวม	15,264,347	10,360,330

18. ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน

ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
ผลประโยชน์หลังออกจากงาน		
มูลค่าปัจจุบันภาระผูกพัน	6,322,204	6,071,621
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน	6,322,204	6,071,621
หัก ส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปี	-	-
ประมาณการหนี้สินระยะยาว	6,322,204	6,071,621

รายการเปลี่ยนแปลงมูลค่าปัจจุบันประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท	
	2567	2566
โครงการผลประโยชน์หลังออกจากงาน		
มูลค่าปัจจุบันประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน		
ณ วันที่ 1 มกราคม	6,071,621	5,891,278
ส่วนรับรู้ในกำไรหรือขาดทุน:		
ต้นทุนบริการปัจจุบัน	633,131	664,279
ต้นทุนดอกเบี้ย	204,495	156,022
ส่วนรับรู้ในกำไรหรือขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น:		
(กำไร)ขาดทุนจากประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยเกิดจากการเปลี่ยนแปลง		
- สมมติฐานด้านประชากรศาสตร์	(346,915)	(846,789)
- สมมติฐานทางการเงิน	407,561	(476,425)
- ประสบการณ์ในอดีต	(647,689)	683,256
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	6,322,204	6,071,621

ข้อสมมติหลักในประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	ร้อยละ	
	2567	2566
อัตราคิดลด	2.40	3.05
อัตราขึ้นเงินเดือน	2.00	2.00
อัตราหมุนเวียนพนักงาน	0 - 42	0 - 43
อัตราทุพพลภาพ	ร้อยละ 10 ของอัตรามรณะ	ร้อยละ 10 ของอัตรามรณะ

อัตราคิดลดเป็นอัตราผลตอบแทนในท้องตลาดของพันธบัตรรัฐบาลสำหรับเงินชดเชยตามกฎหมายแรงงาน

อัตราขึ้นเงินเดือนขึ้นอยู่กับนโยบายของฝ่ายบริหาร

อัตราหมุนเวียนพนักงานขึ้นอยู่กับระยะเวลาการทำงานของพนักงาน

อัตรามรณะอ้างอิงตามตารางมรณะไทย 2560 ประเภทสามัญ (TMO2017: Thai Mortality Ordinary Table 2017)

วิเคราะห์ความอ่อนไหว

ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานสำคัญต่อมูลค่าปัจจุบันประมาณการหนี้สินผลประโยชน์หลังออกจางานของพนักงาน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท			
	2567		2566	
	เพิ่มขึ้น	ลดลง	เพิ่มขึ้น	ลดลง
อัตราคิดลด (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 1)	(566,587)	645,384	(513,887)	582,475
อัตราขึ้นเงินเดือน (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 1)	627,946	(562,157)	570,490	(512,827)
อัตราลาออก (เปลี่ยนแปลงร้อยละ 1)	(161,785)	169,412	(140,125)	148,474

บริษัทแสดงค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ต้นทุนบริการ	14,170	11,775
ค่าใช้จ่ายในการขาย	114,049	112,370
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	102,899	95,691
ค่าตอบแทนผู้บริหาร	402,013	444,443
ต้นทุนทางการเงิน	204,495	156,022
รวม	837,626	820,301

19. ทุนเรือนหุ้น

รายการเคลื่อนไหวทุนเรือนหุ้นสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	มูลค่าหุ้น	2567		มูลค่าหุ้น	2566	
		จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน		จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน
ทุนจดทะเบียน (มูลค่าหุ้นที่ตราไว้)						
หุ้นสามัญ						
ณ วันที่ 1 มกราคม	0.50	230,000,000	115,000,000	100	850,000	85,000,000
เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น		-	-		169,150,000	-
เพิ่มทุน		-	-	0.50	60,000,000	30,000,000
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	0.50	230,000,000	115,000,000	0.50	230,000,000	115,000,000

บาท

		2567			2566	
	มูลค่าหุ้น	จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน	มูลค่าหุ้น	จำนวนหุ้น	จำนวนเงิน
ทุนที่ออกและชำระแล้ว (มูลค่าหุ้นชำระแล้ว)						
หุ้นสามัญ						
ณ วันที่ 1 มกราคม	0.50	230,000,000	115,000,000	100	850,000	85,000,000
เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น		-	-		169,150,000	-
เพิ่มทุน		-	-	0.50	60,000,000	30,000,000
ณ วันที่ 31 ธันวาคม	0.50	230,000,000	115,000,000	0.50	230,000,000	115,000,000

ผู้ถือหุ้นสามัญได้รับสิทธิรับเงินปันผลจากการประกาศจ่ายเงินปันผลและสิทธิออกเสียงลงคะแนนหนึ่งหุ้นต่อหนึ่งเสียงสำหรับการประชุมผู้ถือหุ้นของบริษัท

ทุนจดทะเบียน

19.1 ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2566 มีมติพิเศษอนุมัติ ดังนี้

- ก) แปรสภาพบริษัทจากบริษัทจำกัดเป็นบริษัทมหาชนจำกัดและเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)
- ข) เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้จากเดิมมูลค่าหุ้นละ 100 บาท เป็นมูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท
- ค) นำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เอ็ม เอ ไอ (Market for Alternative Investment : mai)

บริษัทดำเนินการจดทะเบียนแปรสภาพบริษัทเป็นบริษัทมหาชน เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2566

19.2 ที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น เมื่อวันที่ 17 เมษายน 2566 มีมติพิเศษอนุมัติ เพิ่มทุนจดทะเบียนจากเดิมจำนวนเงิน 85 ล้านบาท เป็นจำนวนเงิน 115 ล้านบาท ออกหุ้นสามัญ จำนวน 60 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท เพื่อเสนอขายต่อประชาชนทั่วไปครั้งแรก (IPO)

บริษัทดำเนินการจดทะเบียนเพิ่มทุนจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 18 เมษายน 2566

19.3 เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2566 บริษัทยื่นแบบแสดงรายการข้อมูลการเสนอขายหลักทรัพย์และร่างหนังสือชี้ชวนเพื่อเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุนต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO) ต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ บริษัทคาดว่าจะออกและเสนอขายหุ้นสามัญไม่เกินจำนวน 60 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท ทั้งนี้ หุ้นสามัญเพิ่มทุนคิดเป็นสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 26.09 ของทุนชำระแล้ว

เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2566 บริษัทได้รับหนังสือแจ้งการอนุญาตตามแบบคำขออนุญาตเสนอขายหลักทรัพย์จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

- 19.4 ระหว่างวันที่ 16 - 18 ตุลาคม 2566 บริษัทนำหุ้นสามัญ จำนวน 60 ล้านหุ้น เปิดให้ประชาชนทั่วไปจองซื้อหุ้น จำนวน 56.30 ล้านหุ้น และกรรมการ ผู้บริหารหรือพนักงานของบริษัท จำนวน 3.70 ล้านหุ้น โดยเสนอขายในราคาหุ้นละ 3.30 บาท

บริษัทรับชำระเงินค่าจองซื้อหุ้น จำนวนเงิน 198 ล้านบาท ซึ่งเป็นหุ้นเพิ่มทุน จำนวนเงิน 30 ล้านบาท ส่วนเกินมูลค่าหุ้น จำนวนเงิน 168 ล้านบาท และบริษัทบันทึกค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับหุ้นเพิ่มทุนเป็นรายการหักในบัญชีส่วนเกินมูลค่าหุ้น จำนวนเงิน 7.02 ล้านบาท

บริษัทดำเนินการจดทะเบียนเปลี่ยนแปลงทุนชำระแล้วจากเดิมจำนวนเงิน 85 ล้านบาท เป็นจำนวนเงิน 115 ล้านบาท กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2566

20. เงินปันผล

		บาท			
เงินปันผล	อนุมัติโดย	วันที่ อนุมัติ	วันที่จ่าย เงินปันผล	เงินปันผล ต่อหุ้น	เงินปันผล จ่าย
ปี 2567	ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น	24 เม.ย. 67	20 พ.ค. 67	0.045	10,349,933
ปี 2566	ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้น	15 มี.ค. 66	15 มี.ค. 66	2.43	2,065,500
	ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท	25 ส.ค. 66	24 ก.ย. 66	0.08854	15,051,800
รวม					17,117,300

21. สำรองตามกฎหมาย

ตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 116 บริษัทต้องจัดสรรทุนสำรอง (“สำรองตามกฎหมาย”) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกำไรสุทธิประจำปีหักด้วยขาดทุนสะสมยกมา (ถ้ามี) จนกว่าทุนสำรองมีจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของทุนจดทะเบียน เงินสำรองนำไปจ่ายเป็นเงินปันผลไม่ได้

		บาท	
		2567	2566
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม			
จัดสรรสำรองตามกฎหมาย			
กำไรสำหรับปี		1,700,000	1,300,000

22. ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ

ตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 มาตรา 51 ในกรณีบริษัทเสนอขายหุ้นสูงกว่ามูลค่าหุ้นจดทะเบียน บริษัทต้องนำค่าหุ้นส่วนเกินตั้งเป็นทุนสำรอง (“ส่วนเกินมูลค่าหุ้นสามัญ”) ส่วนเกินมูลค่าหุ้นนำไปจ่ายเป็นเงินปันผลไม่ได้

23. รายได้จากสัญญาทำกับลูกค้า

จำแนกรายได้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ประเภทสินค้าและบริการ		
จัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล	153,405,241	164,866,640
บรรจุและจัดส่งสินค้า	11,754,236	17,067,010
พนักงานแนะนำสินค้า	163,188,495	120,111,590
จัดเรียงสินค้า	257,615,989	154,785,484
จำหน่ายสินค้า	71,575,470	14,284,578
รวม	657,539,431	471,115,302
รายได้อื่น	719,932	191,821
รวมทั้งหมด	658,259,363	471,307,123
จังหวะเวลาการรับรู้รายได้		
ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง	84,049,637	31,543,409
ตลอดช่วงเวลาหนึ่ง	574,209,726	439,763,714
รวม	658,259,363	471,307,123

24. ส่วนงานดำเนินงาน

ข้อมูลส่วนงานดำเนินงานสอดคล้องกับรายงานภายในของบริษัทสำหรับผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดด้านการดำเนินงานเพื่อใช้ในการตัดสินใจจัดสรรทรัพยากรให้กับส่วนงานและประเมินผลการดำเนินงานของส่วนงาน โดยพิจารณาจากกำไรหรือขาดทุนจากการดำเนินงานตามส่วนงานซึ่งวัดมูลค่าโดยใช้เกณฑ์เดียวกับใช้ในการวัดกำไรหรือขาดทุนจากการดำเนินงานในงบการเงิน

ส่วนงานธุรกิจ

บริษัทเสนอส่วนงานธุรกิจ ดังนี้

- 1) จัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล
- 2) บรรจุและจัดส่งสินค้า
- 3) พนักงานแนะนำสินค้า
- 4) จัดเรียงสินค้า
- 5) จำหน่ายสินค้า

ข้อมูลส่วนงานดำเนินงานบริษัทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	จัดกิจกรรมทางการตลาดและดิจิทัล		บรรจุและจัดส่งสินค้า		พนักงานแนะนำสินค้า		จัดเรียงสินค้า		จำหน่ายสินค้า		รวม		บาท
	2567	2566	2567	2566	2567	2566	2567	2566	2567	2566	2567	2566	
รายได้													
จังหวะเวลาการรับรู้รายได้													
ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง	-	-	11,754,235	17,067,010	-	-	-	-	71,575,470	14,284,578	83,329,705	31,351,588	
ตลอดช่วงเวลานึง	153,405,241	164,866,640	-	-	163,188,496	120,111,590	257,615,989	154,785,484	-	-	574,209,726	439,763,714	
รวม	153,405,241	164,866,640	11,754,235	17,067,010	163,188,496	120,111,590	257,615,989	154,785,484	71,575,470	14,284,578	657,539,431	471,115,302	
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน											24,242,846	30,483,017	

ส่วนงานภูมิศาสตร์

บริษัทดำเนินธุรกิจในประเทศเดียว คือ ประเทศไทย ไม่มีรายได้จากต่างประเทศหรือสินทรัพย์ในต่างประเทศที่มีสาระสำคัญ ดังนั้น รายได้และสินทรัพย์แสดงอยู่ในงบการเงินถือเป็นการรายงานตามเขตภูมิศาสตร์

ลูกค้ารายใหญ่

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566

บริษัทแสดงรายได้จากลูกค้ารายใหญ่จากแต่ละส่วนงาน ดังนี้

	ราย		บาท	
	ลูกค้ารายใหญ่		รายได้	
	2567	2566	2567	2566
	1	1		
แนะนำสินค้า			1,950,044	36,945,866
จัดเรียงสินค้า			79,223,872	19,094,988
บรรจุและจัดส่งสินค้า			756,000	-
จัดกิจกรรมทางการตลาด			189,662	-

ลูกค้ารายใหญ่

บริษัทแสดงรายได้ตามสถานที่ตั้งลูกค้า ดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ราชอาณาจักรไทย	655,337,341	460,737,009
สาธารณรัฐสิงคโปร์	2,202,090	10,378,293
รวม	657,539,431	471,115,302

25. ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน

ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท	
	2567	2566
เงินเดือนและค่าแรง	260,681,269	132,406,523
โครงการผลประโยชน์กำหนดไว้	837,626	820,301
เงินสำรองเลี้ยงชีพ	752,989	642,420
รวม	262,271,884	133,869,244

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

บริษัทและพนักงานร่วมกันจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับพนักงานของบริษัทตามพระราชบัญญัติกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ พ.ศ. 2530 ประกอบด้วย พนักงานจ่ายเงินสะสมและบริษัทจ่ายเงินสมทบทุกเดือนและกองทุนสำรองเลี้ยงชีพจ่ายเงินให้พนักงานในกรณีออกจางานตามระเบียบว่าด้วยกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ปัจจุบัน กองทุนสำรองเลี้ยงชีพบริหาร โดย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงศรี จำกัด

	บาท	
	2567	2566
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม		
จ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	752,989	642,420

26. ค่าใช้จ่ายตามธรรมชาติ

ค่าใช้จ่ายตามธรรมชาติ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ต้นทุนขายและบริการ		
ผลประโยชน์พนักงาน	201,729,485	83,969,322
ต้นทุนผลิต	30,878,789	36,141,089
ค่าแรง	164,186,936	147,026,739
ค่าเดินทางและยานพาหนะ	25,172,741	17,972,019
ค่าเช่าตามสัญญา	1,274,668	861,351
ค่าสาธารณูปโภค	1,231,489	1,442,624
ค่าใช้จ่ายในการขาย		
ผลประโยชน์พนักงาน	28,214,305	22,155,232
ค่าเดินทางและยานพาหนะ	3,523,912	1,521,557
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร		
ผลประโยชน์พนักงาน	32,328,094	27,744,690
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	4,285,396	3,624,991
ค่าที่ปรึกษาและบริการวิชาชีพ	2,034,306	1,778,985
ค่าสาธารณูปโภค	2,245,830	1,600,342

27. ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้นิติบุคคลของบริษัทสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 คำนวณขึ้นในอัตราที่กำหนดโดยกรมสรรพากรจากกำไรทางบัญชีหลังปรับปรุงเงื่อนไขบางประการตามที่ระบุในประมวลรัษฎากร บริษัทบันทึกภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นค่าใช้จ่ายทั้งจำนวนในแต่ละปีบัญชีและบันทึกภาระส่วนที่ค้างจ่ายเป็นหนี้สินในงบฐานะการเงิน

ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงดังนี้

	บาท	
	2567	2566
ภาษีเงินได้ปัจจุบัน		
สำหรับปีปัจจุบัน	(4,918,462)	(4,696,899)
ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี		
การเปลี่ยนแปลงผลแตกต่างชั่วคราว	174,049	170,584
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	<u>(4,744,413)</u>	<u>(4,526,315)</u>

หมายเหตุ	2567			2566			บาท
	ก่อน ภาษีเงินได้	ค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้	สุทธิจาก ภาษีเงินได้	ก่อน ภาษีเงินได้	ค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้	สุทธิจาก ภาษีเงินได้	
ภาษีเงินได้รัฐบาลในกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่น							
กำไรจากประมาณการตามหลัก							
คณิตศาสตร์ประกันภัย	18	587,043	(117,409)	469,634	639,958	(127,992)	511,966

กระทบยอดเพื่อหาอัตราภาษีเงินได้แท้จริง

	2567		2566	
	ร้อยละ		ร้อยละ	
	อัตราภาษี	บาท	อัตราภาษี	บาท
กำไรก่อนภาษีเงินได้		24,716,886		29,646,058
จำนวนภาษีตามอัตราภาษีเงินได้	20	(4,943,377)	20	(5,929,212)
ค่าใช้จ่ายต้องห้ามทางภาษี		(193,280)		1,060,574
ค่าใช้จ่ายที่มีสิทธิหักได้เพิ่มขึ้น		218,195		171,739
ภาษีเงินได้สำหรับปีปัจจุบัน	20	(4,918,462)	16	(4,696,899)
การเปลี่ยนแปลงผลแตกต่างชั่วคราว		174,049		170,584
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	19	(4,744,413)	15	(4,526,315)

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ประกอบด้วย

	บาท	
	2567	2566
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	1,264,440	1,214,324
หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	(31,135)	(37,659)
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี - สุทธิ	1,233,305	1,176,665

การเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์และหนี้สินภายใต้การดำเนินงานได้รับเงินในระหว่างปี แสดงดังนี้

	หมายเหตุ	ณ วันที่			ณ วันที่			บาท
		1 มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	31 ธันวาคม	ขาดทุน	กำไร	
		2566	2567	2568	2569	เบ็ดเสร็จอื่น	เบ็ดเสร็จอื่น	31 ธันวาคม
สินทรัพย์ภายใต้การดำเนินงาน								
ประมาณการหนี้สินผลประโยชน์พนักงาน	18	1,178,255	164,061	(127,992)	1,214,324	(117,409)	167,525	1,264,440
หนี้สินภายใต้การดำเนินงาน								
เงินอุดหนุนรัฐบาล	13	(44,182)	6,523	-	(37,659)	-	6,524	(31,135)

28. กำไรต่อหุ้น

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน

กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐานสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 คำนวณจากกำไรสำหรับปีหารด้วยส่วนของผู้อถือหุ้นสามัญของบริษัทตามจำนวนหุ้นสามัญที่ออกจำหน่ายระหว่างปีด้วยวิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ระหว่างปี 2566 บริษัทเปลี่ยนแปลงมูลค่าที่ตราไว้หุ้นสามัญ (ดูหมายเหตุ 20) บริษัทปรับปรุงจำนวนหุ้นสามัญถือโดยผู้อถือหุ้นสามัญก่อนเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้ตามสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นสามัญถือโดยผู้อถือหุ้นสามัญ เสมือนว่าการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นที่ตราไว้เกิดขึ้นตั้งแต่วันเริ่มต้นของงวดแรกสุดที่น่าเสนอ

สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 แสดงการคำนวณดังนี้

	บาท	
	2567	2566
กำไรสำหรับปี	19,972,473	25,119,743
หุ้นสามัญตามวิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (หุ้น)		
หุ้นสามัญ ณ วันต้นปี	230,000,000	850,000
เปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้น	-	169,150,000
เพิ่มทุนหุ้นสามัญ	-	12,164,384
หุ้นสามัญตามวิธีถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	230,000,000	182,164,384
กำไรต่อหุ้นขั้นพื้นฐาน	0.09	0.14

29. ภาระผูกพัน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 บริษัทแสดงภาระผูกพันตามสัญญา ดังนี้

		บาท	
	หมายเหตุ	2567	2566
ก) ธนาคารออกหนังสือค้ำประกันในนามบริษัท			
การซื้อสินค้า	10	4,000,000	-
ข) ภาระผูกพันตามสัญญา			
มูลค่าคงเหลือ			
สัญญาจ้างที่ปรึกษา		1,577,910	1,155,600
สัญญาบริการ		3,225,105	3,146,870
ค่าใช้จ่ายตามสัญญาเช่า		2,522,665	1,072,316

หนี้สินที่อาจเกิดขึ้น

คดีความฟ้องร้อง

เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2567 บริษัทดำเนินคดีความฟ้องร้องผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายฐานความผิด ผิดสัญญา ค่าเสียหายทุนทรัพย์ จำนวนเงิน 0.37 ล้านบาท เนื่องจากไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา

เมื่อวันที่ 30 สิงหาคม 2567 ผู้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายฟ้องแย้งบริษัทฐานความผิด ได้รับความเสียหายต่อชื่อเสียง ค่าเสียหาย ทุนทรัพย์ จำนวนเงิน 0.46 ล้านบาท

ศาลกำหนดนัดสืบพยานโจทก์และพยานจำเลย วันที่ 6 - 7 พฤษภาคม 2568

ฝ่ายบริหารบริษัทได้ประเมินและพิจารณาคดีความดังกล่าวแล้ว เห็นว่าไม่ได้ส่งผลกระทบทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญต่อบริษัท จึงไม่ได้ตั้งประมาณการหนี้สิน

30. เครื่องมือทางการเงิน

เครื่องมือทางการเงิน หมายถึง สัญญาทำให้สินทรัพย์ทางการเงินของกิจการหนึ่ง และหนี้สินทางการเงินหรือตราสารทุนของอีกกิจการหนึ่งเพิ่มขึ้น

เครื่องมือทางการเงินสำคัญของบริษัทแสดงในงบฐานะการเงิน ประกอบด้วย เงินฝากธนาคาร ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเช่า

นโยบายการบริหารความเสี่ยง

บริษัทมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อกจากการที่คู่สัญญาจะไม่ปฏิบัติตามสัญญา บริษัทใช้ตราสารอนุพันธ์ซึ่งบริษัทพิจารณาว่าเหมาะสมเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยงดังกล่าว นอกจากนี้ บริษัทมีนโยบายในการเข้าทำสัญญากับคู่สัญญาที่มีฐานะการเงินมั่นคง ดังนั้นบริษัทจึงไม่คาดว่าจะได้รับความเสียหายอย่างมีสาระสำคัญจากการที่คู่สัญญาไม่สามารถปฏิบัติตามภาระผูกพันที่ระบุในสัญญาเครื่องมือทางการเงิน

นโยบายการบัญชีสำหรับตราสารอนุพันธ์เปิดเผยไว้แล้วในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 3

ก) ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย

ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย คือ ความเสี่ยงเกิดจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยในอนาคต ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานและกระแสเงินสดบริษัท

บริษัทมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยที่สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับเงินฝากธนาคาร เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และหนี้สินตามสัญญาเช่า อย่างไรก็ตาม สินทรัพย์และหนี้สินทางการเงินส่วนใหญ่มีอัตราดอกเบี้ยปรับขึ้นลงตามอัตราตลาด หรืออัตราดอกเบี้ยคงที่ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบัน บริษัทมิได้ใช้ตราสารอนุพันธ์เพื่อบริหารความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย

บาท

	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567		ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566	
	อัตราดอกเบี้ย		อัตราดอกเบี้ย	
	ลอยตัว	คงที่	ลอยตัว	คงที่
สินทรัพย์ทางการเงิน				
เงินฝากธนาคาร	70,552,750	-	142,700,758	-
เงินฝากธนาคารติดภาระ				
หลักประกัน	4,000,000	-	-	-
หนี้สินทางการเงิน				
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	55,363	-	704,157

ข) ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ

ความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อ คือ ความเสี่ยงที่บริษัทจะได้รับความเสียหายทางการเงินอันสืบเนื่องมาจากคู่สัญญาของบริษัทจะไม่สามารถปฏิบัติตามภาระผูกพันที่ระบุไว้ในเครื่องมือทางการเงิน

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ความเสี่ยงด้านเครดิตของบริษัทที่เกิดจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดมีจำกัดเนื่องจากคู่สัญญาเป็นธนาคารและสถาบันการเงิน ซึ่งบริษัทพิจารณาว่ามีความเสี่ยงด้านเครดิตต่ำ

ลูกหนี้

บริษัทมีความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อเกี่ยวเนื่องกับลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น รายได้ค้างรับ อย่างไรก็ตาม บริษัทควบคุมความเสี่ยงโดยการพิจารณากำหนดวงเงินสินเชื่อให้กับลูกค้าหรือคู่สัญญาแต่ละรายอย่างเหมาะสม และทบทวนฐานะทางการเงินของลูกค้าหรือคู่สัญญาอย่างสม่ำเสมอ บริษัทคาดว่าจะได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงด้านการให้สินเชื่อไม่มากนักและอาจสูญเสียจากการให้สินเชื่อสูงสุดคือมูลค่าตามบัญชีแสดงในงบฐานะการเงิน

บริษัทกำหนดนโยบายการคำนวณการด้อยค่าลูกหนี้การค้า ลูกหนี้อื่นและเงินให้กู้ยืมโดยใช้โมเดลผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งบริษัทจัดทำและทบทวนโมเดลผลขาดทุนด้านเครดิตที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแล้วอย่างเหมาะสม ฝ่ายบริหารความเสี่ยงสอบทานตัวเลขและข้อมูลนำมาใช้ในการคำนวณอย่างสม่ำเสมอ

ค) ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง

ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง คือ ความเสี่ยงที่บริษัทอาจได้รับความเสียหายอันสืบเนื่องมาจากบริษัทไม่สามารถเปลี่ยนสินทรัพย์เป็นเงินสดและหรือไม่สามารถจัดหาเงินทุนเพียงพอตามความต้องการและทันต่อเวลาบริษัทจะต้องนำไปชำระภาระผูกพันเมื่อครบกำหนด

ระยะเวลาวันครบกำหนดของเครื่องมือทางการเงินนับจากวันที่ในงบฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 และ 2566 ดังนี้

บาท

	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567					รวม
	เมื่อทวงถาม	ภายใน 1 ปี	1 - 5 ปี	เกิน 5 ปี	ไม่มีกำหนด	
สินทรัพย์ทางการเงิน						
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	164,541,969	-	-	-	164,541,969
หนี้สินทางการเงิน						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	55,736,727	-	-	-	55,736,727
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	55,363	-	-	-	55,363

บาท

	ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566					รวม
	เมื่อทวงถาม	ภายใน 1 ปี	1 - 5 ปี	เกิน 5 ปี	ไม่มีกำหนด	
สินทรัพย์ทางการเงิน						
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	-	99,528,468	-	-	-	99,528,468
หนี้สินทางการเงิน						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	-	37,521,590	-	-	-	37,521,590
หนี้สินตามสัญญาเช่า	-	648,794	55,363	-	-	704,157

ง) ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน

ความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน คือ ความเสี่ยงมูลค่าเครื่องมือทางการเงินจะเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

31. จัดประเภทรายการ

บริษัทจัดประเภทรายการใหม่บางรายการในงบฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566 เพื่อให้สอดคล้องกับการแสดงรายการในงบการเงินปีปัจจุบันดังนี้

	บาท		
	ก่อน	จัดประเภทรายการ	หลัง
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	133,636,278	(34,107,810)	99,528,468
รายได้ค้างรับ	-	34,107,810	34,107,810
เงินรับล่วงหน้า	-	6,179,423	6,179,423
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	16,539,753	(6,179,423)	10,360,330

32. เหตุการณ์ภายหลังรอบระยะเวลารายงาน

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2568 มีมติอนุมัติให้นำเสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อ

- จ่ายเงินปันผล มูลค่าหุ้นละ 0.045 บาท จำนวนเงิน 10.35 ล้านบาท
- จัดสรรสำรองตามกฎหมาย จำนวนเงิน 1.70 ล้านบาท

ส่วนที่ 4

เอกสารแนบรับรองความถูกต้องของข้อมูล

เอกสารแนบ 1

**รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุด
ในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแล
การทำบัญชี และเลขานุการบริษัท**

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจควบคุม ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี และเลขานุการบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

1.1 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร และเลขานุการบริษัท

1.1.1 รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสูงสุดในสายงานบัญชีและการเงิน ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโดยตรงในการควบคุมดูแลการทำบัญชี

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนในการถือหุ้นในบริษัท (ร้อยละ) ¹³¹	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์การทำงานในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท / ประเภทธุรกิจ
1	นางสาวกนกพร สัยยะสิทธิ์พาณิชย์	52	คุณวุฒิทางการศึกษา - ปริญญาเอกเศรษฐศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) - ปริญญาโท เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ - ปริญญาตรีเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประวัติอบรม - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น DAP 188/2564 - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร The Board's Roles in Climate Governance (BCG) รุ่นที่ 1/2024	-	-	พ.ศ.2564- ปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริษัท /กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / ประธานคณะทำงานกำกับดูแลกิจการ และ รับผิดชอบต่อสังคม	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2565 - ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยพายัพ / สถาบันการศึกษา
						พ.ศ.2564 - พ.ศ.2565	อาจารย์ประจำคณะบัญชี และธุรกิจดิจิทัล	
						พ.ศ.2563 - พ.ศ.2564	ผู้ช่วยรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย	
						พ.ศ.2542 - พ.ศ.2563	อาจารย์ประจำคณะบัญชี เศรษฐศาสตร์ และการเงิน	

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนในการถือหุ้น ในบริษัท (ร้อยละ) ¹³¹	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์การทำงานในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท / ประเภทธุรกิจ
2	นางนฤนาท ศราภัยวานิช	52			-	พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	กรรมการบริษัท/ กรรมการอิสระ / ประธานกรรมการตรวจสอบ / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	ประธานอนุกรรมการ สาขาเชียงใหม่	สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ / สถาบันวิชาชีพ
						พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	เหรัญญิกและกรรมการดำเนินการ	สหกรณ์ออมทรัพย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ / สหกรณ์ออมทรัพย์
						พ.ศ.2540 - ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ / สถาบันการศึกษา
						พ.ศ.2559 - พ.ศ.2563	หัวหน้าภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ	
						พ.ศ.2551 - พ.ศ.2563	รองประธานอนุกรรมการ สาขาเชียงใหม่	สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ / สถาบันวิชาชีพ
3	นางศรรัตน์ นุตรานนท์	46	คุณวุฒิทางการศึกษา - ปริญญาโท International Relations (MIR) Bond University, Gold Coast, Australia - ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ (เอกโฆษณา) มหาวิทยาลัยอีสต์สิดนีย์ ประวัติอบรม - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น DAP 186/2564	ถือทางตรง ร้อยละ 0.00 (2,000 หุ้น)	-	พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	กรรมการบริษัท/ กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ / ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน / ประธานคณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2562 - พ.ศ.2563	ผู้จัดการทั่วไป	บริษัท หมอหญิงคลินิก จำกัด / คลินิกความงามและเวลเนส
						พ.ศ.2556 - พ.ศ.2562	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	บริษัท เวลเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด / Medical and Integrative Medicine (การแพทย์ผสมผสาน)

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนในการถือหุ้น ในบริษัท (ร้อยละ) ¹³¹	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์การทำงานในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท / ประเภทธุรกิจ
4	นายภักดิ์ เหล่างาม	47	คุณวุฒิทางการศึกษา - ปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (Inter) เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประวัติอบรม - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น DAP 186/2564	- ถือหุ้นทางตรง ร้อยละ 17.17 - ถือหุ้นทางอ้อม ผ่านบริษัท ภักดิ์ 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 51.74 *นายภักดิ์ ถือหุ้นในบริษัท ภักดิ์ 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 99.99 และบริษัท ภักดิ์ 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นในบริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 51.74 รวมสัดส่วนการถือหุ้นทั้งหมด (ทางตรงและทางอ้อม) เท่ากับร้อยละ 68.91	- น้องชายของนางสาวจงรัก ฐานิสโร - พี่ชายของนายธราธิป เหล่างาม	พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร / คณะทำงานบริหารความเสี่ยง	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร	
						พ.ศ.2554 - ปัจจุบัน	กรรมการบริษัท และกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม	
5	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	48	คุณวุฒิทางการศึกษา - ปริญญาตรี บัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัย ประวัติอบรม - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น DAP 186/2564 - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Company Secretary Program (CSP) รุ่น CSP 136/2566	- ถือทางตรง ร้อยละ 0.00 (1,000 หุ้น) - ถือทางอ้อมผ่านบริษัท ภักดิ์ 2019 โฮลดิ้ง จำกัด* ร้อยละ 0.00 *นางสาวจงรัก ถือหุ้นบริษัท ภักดิ์ 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 0.00 (1 หุ้น) และบริษัท ภักดิ์ 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นบริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 51.74 รวมสัดส่วนการถือหุ้นทั้งหมด (ทางตรงและ	- พี่สาวของนายภักดิ์ เหล่างาม - พี่สาวของนายธราธิป เหล่างาม	พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	กรรมการบริษัท / กรรมการบริหาร / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน / ผู้ช่วยฝ่ายจัดการสำนักงาน / คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม / เลขานุการบริษัท	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2555 - พ.ศ.2563	Financial Manager	

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนในการถือหุ้น ในบริษัท (ร้อยละ) ¹³¹	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์การทำงานในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท / ประเภทธุรกิจ
	วันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2564			ทางอ้อม) เท่ากับร้อยละ 0.00				
	- เลขานุการบริษัท ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 - คณะทำงานกำกับดูแลกิจการ และรับผิดชอบต่อสังคม ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564							
6	นายธรราริพ เหล่างาม - ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2564 - กรรมการบริษัท ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 - กรรมการบริหาร ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 - ประธานคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2564	46	คุณวุฒิทางการศึกษา - ปริญญาตรี โขภณา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประวัติอบรม - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น DAP 186/2564	- ถือทางตรง ร้อยละ 0.26 (601,000 หุ้น) - ถือทางอ้อมผ่านบริษัท ภัคดี 2019 โฮลดิ้ง จำกัด* ร้อยละ 0.00 *นายธรราริพ ถือหุ้นบริษัท ภัคดี 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 0.00 (1 หุ้น) และบริษัท ภัคดี 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นบริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 51.74 รวมสัดส่วนการถือหุ้น ทั้งหมด (ทางตรงและทางอ้อม) เท่ากับร้อยละ 0.26	- น้องชายของ นายภัคดี เหล่างาม - น้องชายของ นางสาวจรรักษ์ ฐานิสโร	พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน พ.ศ.2563 - พ.ศ.2563 พ.ศ.2557 - พ.ศ.2562	กรรมการบริษัท / กรรมการบริหาร / ประธานคณะทำงานบริหารความเสี่ยง / ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ Business Development Director Account Director	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
7	นางประครองศิริป สุทธิกาญจน์ - ผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อ/จัดจ้าง ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2564 - กรรมการบริษัท ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อ	57	คุณวุฒิทางการศึกษา ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ วิทยาลัยครูอุดรธานี	ถือทางตรง ร้อยละ 0.13 (300,000 หุ้น)	-	พ.ศ.2566 - ปัจจุบัน พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน พ.ศ.2555 - พ.ศ.2563	รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการบริษัท / กรรมการบริหาร / ผู้อำนวยการฝ่ายจัดซื้อ / จัดจ้าง ผู้จัดการ ฝ่ายบัญชีการเงิน	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนในการถือหุ้นในบริษัท (ร้อยละ) ¹³¹	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์การทำงานในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท / ประเภทธุรกิจ
	วันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2564		ประวัติอบรม ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น DAP 186/2564					
8	นางสาวสุภาพร โมตธี - ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน ได้รับการแต่งตั้งครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2566 - คณะกรรมการบริหาร ได้รับการแต่งตั้งตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567 - คณะทำงานบริหารความเสี่ยง ได้รับการแต่งตั้งตามมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2567 เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2567	40	คุณวุฒิทางการศึกษา - ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม - ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ประวัติอบรม - มาตรฐานบัญชี TEFS15, TFRS16 และ TFRS9 ที่มีผลบังคับใช้ 2563 - ข้อควรระวังในการยื่นงบการเงิน ปี 2565 และการเตรียมความพร้อมสำหรับการนำเสนอส่งงบการเงินปี 2566 - การวิเคราะห์งบการเงิน - หลักสูตรการเตรียมความพร้อมทางบัญชีและการเงินตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) (CFO's Orientation Course) - หลักสูตร the mai CFO 2024 Growth & AI Chapter โดยสมาคมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (maiA)	-	-	พ.ศ.2566 – ปัจจุบัน พ.ศ.2555 – พ.ศ.2566 พ.ศ.2553 – พ.ศ.2565 พ.ศ. 2555 – พ.ศ.2563	ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายบัญชีด้านรับ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน พนักงานบัญชี	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนในการถือหุ้น ในบริษัท (ร้อยละ) ¹³¹	ความสัมพันธ์ทาง ครอบครัวระหว่าง ผู้บริหาร	ประสบการณ์การทำงานในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท / ประเภทธุรกิจ
9	Marie Jane Acupio Bio ¹	55	คุณวุฒิทางการศึกษา Bachelor of Arts in Mass Communication (Communication Research), University of the Philippines, Diliman	-	-	พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนและออกแบบ	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2555 - พ.ศ.2563	Account Planning Director	
10	นางสาวพรทิพย์ วงศ์ลักษณ์พันธ์	47	คุณวุฒิทางการศึกษา ปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขา การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยรามคำแหง	-	-	พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	กรรมการบริหาร / ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ / คณะทำงานบริหารความเสี่ยง / คณะทำงานกำกับดูแลกิจการ และรับผิดชอบต่อสังคม	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2562 - พ.ศ.2563	BD Director	
						พ.ศ.2561 - พ.ศ.2562	Account Director	

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนในการถือหุ้นในบริษัท (ร้อยละ) ¹³¹	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์การทำงานในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท / ประเภทธุรกิจ
11	นางอรรวิศา ช่วยดี	52	คุณวุฒิทางการศึกษา - ปริญญาตรี บัณฑิต มหาวิทยลัยรามคำแหง - ปริญญาโท บัณฑิต มหาวิทยลัยรามคำแหง การอบรมหลักสูตรวิชาชีพ - หลักสูตร Case ที่พบจากการตรวจสอบบัญชีของผู้สอบบัญชี ข้อผิดพลาดจากการจัดทำบัญชี ที่นักบัญชีต้องไม่พลาด จัดโดย บริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด จำนวน 6 ชั่วโมง เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2565 - หลักสูตร ข้อควรระวังในการยื่นงบการเงินปี 2565 และการเตรียมความพร้อมสำหรับการนำส่งงบการเงินปี 2566 จัดโดย บริษัท ฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด จำนวน 6 ชั่วโมง เมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2565	-	-	พ.ศ.2562 - ปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2560 - พ.ศ.2562	ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	บริษัท เทรเซอร์โปรดักส์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด / การขายปลีก-สินค้าที่ระลึก

หมายเหตุ : ¹Marie Jane Acupio Bio เข้าหลักเกณฑ์เกณฑ์ก่อนกำหนดและได้แจ้งความประสงค์เขียนก่อนกำหนด มีผลตั้งแต่ 31 สิงหาคม 2567

รายละเอียดเกี่ยวกับเลขานุการบริษัท และความรับผิดชอบของเลขานุการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	อายุ (ปี)	คุณวุฒิทางการศึกษา / ประวัติการอบรม	สัดส่วนในการถือหุ้นในบริษัท (ร้อยละ) ¹³²	ความสัมพันธ์ทางครอบครัวระหว่างผู้บริหาร	ประสบการณ์การทำงานในระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง		
						ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท / ประเภทธุรกิจ
1	นางสาวจงรัก ฐานิสโร	48	คุณวุฒิทางการศึกษา - ปริญญาตรี บัณฑิต มหาวิทยาลัยสุรทิวาบัณฑิตย ประวัติอบรม - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Director Accreditation Program (DAP) รุ่น DAP 186/2564 - ประกาศนียบัตรสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) หลักสูตร Company Secretary Program (CSP) รุ่น CSP 136/2566	- ถือทางตรง ร้อยละ 0.00 (1,000 หุ้น) - ถือทางอ้อมผ่านบริษัท กัดดี 2019 โฮลดิ้ง จำกัด* ร้อยละ 0.00 *นางสาวจงรัก ถือหุ้นบริษัท กัดดี 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ร้อยละ 0.00 (1 หุ้น) และบริษัท กัดดี 2019 โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นบริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 51.74 รวมสัดส่วนการถือหุ้น ทั้งหมด (ทางตรงและทางอ้อม) เท่ากับร้อยละ 0.00	- พี่สาวของ นายภักดี เหล่างาม - พี่สาวของ นายธรรธิป เหล่างาม	พ.ศ.2564 - ปัจจุบัน	กรรมการบริษัท / กรรมการบริหาร / กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน/ ผู้อำนวยการฝ่ายจัดการสำนักงาน / คณะทำงานกำกับดูแลกิจการและรับผิดชอบต่อสังคม / เลขานุการบริษัท	บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) / ผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมการให้บริการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดแบบครบวงจร
						พ.ศ.2555-พ.ศ.2563	Financial Manager	

หมายเหตุ : สัดส่วนการถือหุ้นในบริษัทฯ จากบัญชีรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

หน้าที่ความรับผิดชอบของเลขานุการบริษัท

ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 (บริษัทมหาชน) เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2566 ได้มีมติแต่งตั้ง นางสาวจงรัก ฐานิสโร ให้ดำรงตำแหน่งเลขานุการบริษัท โดยมีขอบเขต หน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1. แจกมติและนโยบายของคณะกรรมการบริษัทและผู้ถือหุ้นให้ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องรับทราบ พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะเบื้องต้นแก่คณะกรรมการบริษัท ตามระเบียบปฏิบัติ นโยบาย และข้อบังคับของบริษัทฯ และข้อพึงปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการ
2. จัดทำและจัดเก็บรักษาเอกสาร ดังนี้
 - 2.1. ทะเบียนกรรมการ
 - 2.2. หนังสือนัดประชุมคณะกรรมการ รายงานประชุมคณะกรรมการ และรายงานประจำปีของบริษัทฯ
 - 2.3. หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น และรายงานการประชุมผู้ถือหุ้น
3. ดำเนินการให้กรรมการบริษัทและผู้บริหารจัดทำรายงานการมีส่วนได้เสียของตนเองและผู้ที่เกี่ยวข้องตามข้อกำหนดของกฎหมาย พร้อมทั้งเก็บรักษารายงานดังกล่าว รวมถึงส่งสำเนาให้ประธานกรรมการบริษัท และประธานคณะกรรมการตรวจสอบ
4. จัดการประชุมผู้ถือหุ้น การประชุมคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ ให้เป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับของบริษัทฯ กฎบัตรของคณะกรรมการแต่ละชุด รวมถึงข้อพึงปฏิบัติ รวมทั้งบันทึกรายงานการประชุมและติดตามให้มีการปฏิบัติตามมติที่ประชุม
5. ดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูล และรายงานสารสนเทศในส่วนที่รับผิดชอบต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
6. ติดต่อและสื่อสารกับผู้ถือหุ้นทั่วไปให้ได้รับทราบสิทธิต่างๆ ของผู้ถือหุ้น
7. ดูแลกิจการของคณะกรรมการบริษัท และเป็นผู้ประสานงานระหว่างคณะกรรมการและผู้บริหาร พร้อมทั้งให้ข่าวสารและข้อมูลแก่กรรมการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ รวมถึงรายงานการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญแก่กรรมการทราบ
8. จัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อยทุกชุด รวมถึงการประเมินตนเองเป็นรายบุคคล และรายงานผลการประเมินดังกล่าวต่อคณะกรรมการบริษัท
9. ดำเนินการอื่นใดเพื่อให้เป็นไปตามตามที่คณะกรรมการกำกับตลาดทุนประกาศกำหนด กฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงกฎหมายและกฎเกณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
10. ดำเนินการอื่นใดที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย

1.2 รายละเอียดการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ และผู้บริหารของบริษัท บริษัทย่อย และบริษัทที่เกี่ยวข้อง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567

-ไม่มี-

1.3 ประวัติการถูกลงโทษของกรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

-ไม่มี-



เอกสารแนบ 2

รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย



รายละเอียดเกี่ยวกับกรรมการของบริษัทย่อย

-ไม่มี-

เอกสารแนบ 3

รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัท

รายละเอียดเกี่ยวกับหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัทฯ

บริษัทใช้บริการจากบริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด ซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอก (Outsource) เป็นผู้ตรวจสอบภายในของบริษัท ซึ่งได้มอบหมายให้บุคคลต่อไปนี้เป็นหัวหน้างานตรวจสอบภายในของบริษัท

ชื่อ - สกุล / ตำแหน่ง	คุณวุฒิทางการศึกษา	ใบประกอบวิชาชีพ / ประวัติการอบรมที่เกี่ยวข้อง	ประสบการณ์การทำงานย้อนหลัง		
			ช่วงเวลา	ตำแหน่ง	ชื่อหน่วยงาน / บริษัท
นายรณ วรงค์แสงนาค - กรรมการผู้จัดการ บริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด	<u>คุณวุฒิทางการศึกษา</u> - Master of Accounting, Utah State University, USA - ประกาศนียบัตรชั้นสูงทางการสอบบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	<u>วุฒิบัตร/ใบประกอบวิชาชีพ</u> - ผู้ตรวจสอบภายในรับอนุญาต (CIA: Certified Internal Auditor) - ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (CPA: Certified Public Accountant) <u>การอบรม</u> - Operational Auditing จัดโดย สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย - Audit Project Management จัดโดย สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย - Internal Quality Assessment จัดโดย สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย - Facilitating Results Using CSA จัดโดย สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย - การวางแผนงานตรวจสอบตามฐานความเสี่ยง (Risk Based Audit) จัดโดย สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย - วิธีการประเมินความเสี่ยงเพื่อการวางแผนการตรวจสอบภายใน จัดโดย สภาวิชาชีพบัญชี - การบริหารงานตรวจสอบภายใน จัดโดย สภาวิชาชีพบัญชี - การตรวจสอบการกำกับดูแลกิจการ จัดโดย สภาวิชาชีพบัญชี - ประกาศนียบัตร กฎหมายภาษีอากร จัดโดย ศาลภาษีอากรกลาง	2534 - ปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด

เอกสารแนบ 4

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจและรายละเอียดเกี่ยวกับรายการประเมินราคาทรัพย์สิน

- ไม่มี -

เอกสารแนบ 5

นโยบายและแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการ และจรรยาบรรณธุรกิจ

1 นโยบายกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ ที่สำคัญ และจรรยาบรรณทางธุรกิจ

1.1 นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) (“**บริษัทฯ**”) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดีว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพและมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ตั้งแต่พนักงาน ผู้ลงทุน ผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ดังนั้นคณะกรรมการบริษัท จึงได้เห็นควรให้มีการจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีขึ้น โดยครอบคลุมเนื้อหาหลักการสำคัญตั้งแต่โครงสร้าง บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ จนถึงหลักการในการบริหารงานของผู้บริหารอย่างโปร่งใส ชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารองค์กรทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่าการดำเนินงานใดๆ ของบริษัทฯ เป็นไปด้วยความเป็นธรรม และคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

เพื่อให้บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือสำหรับผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย และเพื่อประโยชน์ในการสร้างคุณค่าให้กิจการอย่างยั่งยืน ตรงตามความมุ่งหวังของทั้งภาครัฐกิจ ผู้ลงทุน ตลอดจนตลาดทุนและสังคมโดยรวม บริษัทฯ จึงได้จัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยยึดหลักปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560 ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ

หลักการและนโยบายการกำกับดูแลกิจการ

คณะกรรมการบริษัท ได้ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยครอบคลุมหลักปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) 8 หลักปฏิบัติ ดังนี้

- หลักปฏิบัติ 1** บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ
- หลักปฏิบัติ 2** วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ
- หลักปฏิบัติ 3** เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ
- หลักปฏิบัติ 4** สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร
- หลักปฏิบัติ 5** ส่งเสริมนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ
- หลักปฏิบัติ 6** ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม
- หลักปฏิบัติ 7** รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล
- หลักปฏิบัติ 8** สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

หลักปฏิบัติ 1 : บทบาทและความรับผิดชอบของคณะกรรมการ

• **หลักปฏิบัติ 1.1**

คณะกรรมการจะทำความเข้าใจบทบาทและตระหนักถึงความรับผิดชอบในฐานะผู้นำที่ต้องกำกับดูแลให้องค์กรมีการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งครอบคลุมถึง

- 1) การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
- 2) การกำหนดกลยุทธ์ นโยบายการดำเนินงาน ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรสำคัญเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย
- 3) การติดตาม ประเมินผล และดูแลการรายงานผลการดำเนินงาน

• หลักปฏิบัติ 1.2

คณะกรรมการจะกำกับดูแลบริษัทฯ ให้นำไปสู่ผลการกำกับดูแลกิจการที่ดี (governance outcome) อย่างน้อยดังต่อไปนี้

- 1) สามารถแข่งขันได้ และมีผลประโยชน์ที่ดีโดยคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว
- 2) ประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพสิทธิและมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสีย
- 3) เป็นประโยชน์ต่อสังคม และพัฒนาหรือลดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม
- 4) สามารถปรับตัวได้ภายใต้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง

ทั้งนี้ คณะกรรมการจะยึดหลักปฏิบัติดังต่อไปนี้ในการกำกับดูแลบริษัทฯ ให้นำไปสู่ผลการกำกับดูแลกิจการที่ดี

- 1.2.1) คณะกรรมการจะคำนึงถึงจริยธรรมผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ นอกเหนือจากผลประโยชน์ทางการเงิน
- 1.2.2) คณะกรรมการจะประพฤติตนเป็นแบบอย่างในฐานะผู้นำในการกำกับดูแลกิจการเพื่อขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในจริยธรรม
- 1.2.3) คณะกรรมการจะจัดให้มีนโยบายสำหรับกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ที่แสดงถึงหลักการและแนวทางในการดำเนินงานเป็นลายลักษณ์อักษร อาทิ จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ เป็นต้น
- 1.2.4) คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มีการสื่อสารเพื่อให้กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกคนเข้าใจ มีกลไกเพียงพอที่เอื้อให้มีการปฏิบัติตามนโยบายข้างต้น ติดตามผลการปฏิบัติ และทบทวนนโยบายและการปฏิบัติเป็นประจำ

• หลักปฏิบัติ 1.3

คณะกรรมการจะดูแลให้กรรมการทุกคนและผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบระมัดระวัง (duty of care) และซื่อสัตย์สุจริตต่อองค์กร (duty of loyalty) และดูแลให้การดำเนินงานเป็นไปตามกฎหมาย ข้อบังคับและมติที่ประชุมผู้ถือหุ้น ตลอดจนนโยบายหรือแนวทางที่ได้กำหนดไว้รวมทั้งมีกระบวนการอนุมัติการดำเนินงาน ที่สำคัญ เช่น การลงทุน การทำธุรกรรมที่มีผลกระทบต่อบริษัทฯ อย่างมีนัยสำคัญ การทำรายการกับบุคคล ที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน การจ่ายเงินปันผล เป็นต้น

• หลักปฏิบัติ 1.4

คณะกรรมการจะทำความเข้าใจขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการ และกำหนดขอบเขตการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และฝ่ายจัดการอย่างชัดเจน ตลอดจนติดตามดูแลให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและฝ่ายจัดการปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย

- 1.4.1) คณะกรรมการจะจัดทำกฎบัตรหรือนโยบายการกำกับดูแลกิจการของคณะกรรมการ ที่ระบุหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการเพื่อใช้อ้างอิงในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการทุกคน และจะจัดให้มีการทบทวนกฎบัตรดังกล่าวเป็นประจำอย่างน้อยปีละครั้ง รวมทั้งทบทวนการแบ่งบทบาทหน้าที่ของกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และฝ่ายจัดการ อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางขององค์กร
- 1.4.2) คณะกรรมการจะทำความเข้าใจขอบเขตหน้าที่ของตน และมอบหมายอำนาจการจัดการบริษัทฯ ให้แก่ฝ่ายจัดการ โดยทำการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร อย่างไรก็ดี การมอบหมายดังกล่าวมิได้เป็นการปลดปล่อยหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ คณะกรรมการจะต้องติดตามดูแลฝ่ายจัดการให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้ ขอบเขตหน้าที่ของคณะกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และฝ่ายจัดการอาจพิจารณาแบ่งออกเป็น ดังนี้

เรื่องที่ควรดูแลให้มีการดำเนินการ

หมายถึง เรื่องที่คณะกรรมการเป็นผู้รับผิดชอบหลักให้มีในการดำเนินการอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้ฝ่ายจัดการเป็นผู้เสนอเรื่องเพื่อพิจารณาได้ ซึ่งได้แก่เรื่องดังต่อไปนี้

- 1) การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลักในการประกอบธุรกิจ
- 2) การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในจริยธรรม รวมทั้งประพฤติตนเป็นต้นแบบ
- 3) การดูแลโครงสร้าง และการปฏิบัติของคณะกรรมการ ให้เหมาะสมต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายหลักในการประกอบธุรกิจ อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) การสรรหา พัฒนา กำหนดค่าตอบแทนและประเมินผลงานของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- 5) การกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนที่เป็นเครื่องจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ เป้าหมายหลักขององค์กร

เรื่องที่ต้องดำเนินการร่วมกับฝ่ายจัดการ

หมายถึง เรื่องที่คณะกรรมการ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และฝ่ายจัดการจะพิจารณาร่วมกันโดยฝ่ายจัดการเสนอให้คณะกรรมการเห็นชอบ ซึ่งคณะกรรมการจะทำกับดูแลให้นโยบายภาพรวมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเป้าหมายหลักในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งมอบหมายให้ฝ่ายจัดการ ไปดำเนินการโดยคณะกรรมการติดตาม และให้ฝ่ายจัดการรายงานให้คณะกรรมการทราบเป็นระยะๆ ตามที่เหมาะสม ซึ่งได้แก่ เรื่องดังต่อไปนี้

- 1) การกำหนดและทบทวนกลยุทธ์ เป้าหมาย แผนงานประจำปี
- 2) การดูแลความเหมาะสมเพียงพอของระบบบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน
- 3) การกำหนดอำนาจดำเนินการที่เหมาะสมกับความรับผิดชอบของฝ่ายจัดการ
- 4) การกำหนดกรอบการจัดสรรทรัพยากร การพัฒนาและงบประมาณ เช่น นโยบายและแผนการบริหารจัดการบุคคล และนโยบายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 5) การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน
- 6) การดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและไม่ใช้การเงินมีความน่าเชื่อถือ

เรื่องที่คณะกรรมการไม่ควรดำเนินการ

หมายถึง เรื่องที่คณะกรรมการจะทำกับดูแลระดับนโยบาย โดยมอบหมายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และฝ่ายจัดการเป็นผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินการ ซึ่งได้แก่เรื่องดังต่อไปนี้

- 1) การจัดการ (execution) ให้เป็นไปตามกลยุทธ์ นโยบาย แผนงานที่คณะกรรมการอนุมัติแล้ว
 ทั้งนี้ คณะกรรมการควรปล่อยให้ฝ่ายจัดการรับผิดชอบการตัดสินใจดำเนินงาน การจัดซื้อจัดจ้าง การรับบุคลากรเข้าทำงาน ฯลฯ ตามกรอบนโยบายที่กำหนดไว้และติดตามดูแลผล โดยไม่แทรกแซงการตัดสินใจ เว้นแต่มีเหตุจำเป็น
- 2) เรื่องที่ข้อกำหนดห้ามไว้ เช่น การอนุมัติรายการที่กรรมการมีส่วนได้เสีย เป็นต้น

หลักปฏิบัติ 2 : กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ ที่เป็นไปเพื่อความยั่งยืน

• หลักปฏิบัติ 2.1

คณะกรรมการจะกำหนดหรือดูแลให้วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ (objectives) เป็นไปเพื่อความยั่งยืน โดยเป็นวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่สอดคล้องกับการสร้างคุณค่าให้ทั้งบริษัทฯ ลูกค้า ผู้มีส่วนได้เสีย และสังคมโดยรวม

- 2.1.1) คณะกรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบดูแลให้บริษัทฯ มีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหลัก (objectives) ที่ชัดเจน เหมาะสม สามารถใช้เป็นแนวคิดหลักในการกำหนดรูปแบบธุรกิจ (business model) และสื่อสาร ให้ทุกคนในองค์กรขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน โดยจัดทำเป็นวิสัยทัศน์ และค่านิยมร่วมขององค์กร (vision and values) หรือวัตถุประสงค์และหลักการ (principles and purposes) หรืออื่นๆ ในทำนองเดียวกัน
- 2.1.2) ในการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหลัก คณะกรรมการจะกำหนดรูปแบบธุรกิจ (business model) ที่สามารถสร้างคุณค่าให้ทั้งแก่บริษัทฯ ผู้มีส่วนได้เสีย และสังคมโดยรวมควบคู่กันไป โดยพิจารณาถึง
 - 1) สภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่างๆ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสม
 - 2) ความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย
 - 3) ความพร้อม ความชำนาญ ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ
 - 4) วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งบริษัทฯ
 - 5) กลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทฯ
 - 6) ความสามารถในการทำกำไร หรือแข่งขันด้วยการสร้างคุณค่าให้บริษัทฯ และลูกค้า (value proposition)
 - 7) ความสามารถในการดำรงอยู่ของบริษัทฯ ในระยะยาว ภายใต้ปัจจัยทั้งโอกาสและความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสียได้
- 2.1.3) คณะกรรมการจะส่งเสริมค่านิยมขององค์กรในการทำกับดูแลกิจการที่ดี เช่น ความรับผิดชอบในผลการกระทำ (accountability) ความเที่ยงธรรม (integrity) ความโปร่งใส (transparency) ความเอาใจใส่ (due consideration of social and environmental responsibilities) เป็นต้น
- 2.1.4) คณะกรรมการจะส่งเสริมการสื่อสาร และเสริมสร้างให้วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักขององค์กรสะท้อนอยู่ในการตัดสินใจและการดำเนินงานของบุคลากรในทุกกระดับ จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร

• หลักปฏิบัติ 2.2

คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้ วัตถุประสงค์และเป้าหมาย ตลอดจนกลยุทธ์ในระยะเวลายานกลางและ/หรือระยะยาวของบริษัทฯ สอดคล้องกับการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ โดยมีการนำเทคโนโลยีมาใช้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย

- 2.2.1) คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้การจัดทำกลยุทธ์และแผนงานประจำปีที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ โดยคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมของบริษัทฯ ณ ขณะนั้น ตลอดจนโอกาสและความเสี่ยงที่ยอมรับได้และสนับสนุนให้มีการจัดทำ หรือทบทวนวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์สำหรับระยะปานกลาง 3-5 ปีด้วย เพื่อให้มั่นใจว่ากลยุทธ์และแผนงานประจำปีได้คำนึงถึงผลกระทบในระยะเวลายาวขึ้น และยังพอจะคาดการณ์ได้ตามสมควร
- 2.2.2) ในการกำหนดกลยุทธ์และแผนงานประจำปี คณะกรรมการจะดูแลให้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ปัจจัยและความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องตลอดสาย value chain

รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่อาจมีผลต่อการบรรลุเป้าหมายหลักของบริษัทฯ โดยมีกลไกที่ทำให้เข้าใจความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างแท้จริง

- 1) ระบุวิธีการ กระบวนการ ช่องทางการมีส่วนร่วมหรือช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัทฯ ไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึงและได้รับข้อมูลประเด็นหรือความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มได้อย่างถูกต้องใกล้เคียงมากที่สุด
- 2) ระบุผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ ทั้งภายในและภายนอก ทั้งที่เป็นตัวบุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงานองค์กร เช่น พนักงาน ผู้ลงทุน ลูกค้า คู่ค้า ชุมชน หน่วยงานราชการ หน่วยงานกำกับดูแล เป็นต้น
- 3) ระบุประเด็นและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อนำไปวิเคราะห์และจัดระดับประเด็นดังกล่าวตามความสำคัญและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อกับบริษัทฯ และผู้มีส่วนได้เสีย ทั้งนี้เพื่อเลือกเรื่องสำคัญที่จะเป็นการสร้างคุณค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียมาดำเนินการให้เกิดผล

2.2.3) คณะกรรมการจะกำหนดเป้าหมายให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและศักยภาพของบริษัทฯ โดยคณะกรรมการจะพิจารณากำหนดเป้าหมายทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน นอกจากนี้ คณะกรรมการจะตระหนักถึงความเสี่ยงของการตั้งเป้าหมายที่อาจนำไปสู่การประพฤติที่ผิดกฎหมาย หรือขาดจริยธรรม (unethical conduct)

2.2.4) คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มีการถ่ายทอดวัตถุประสงค์และเป้าหมายผ่านกลยุทธ์และแผนงานให้ทั่วถึงองค์กร

2.2.5) คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มีการจัดสรรทรัพยากรและการควบคุมการดำเนินงานที่เหมาะสม และติดตามการดำเนินการตามกลยุทธ์และแผนงานประจำปี โดยจัดให้มีผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแล และติดตามผลการดำเนินงาน

หลักปฏิบัติ 3 : เสริมสร้างคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ

• หลักปฏิบัติ 3.1

คณะกรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดและทบทวนโครงสร้างคณะกรรมการ ทั้งในเรื่องขนาด องค์ประกอบ สัดส่วนกรรมการที่เป็นอิสระที่เหมาะสมและจำเป็นต่อการนำพาวงค์กรสู่วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักที่กำหนดไว้

3.1.1) คณะกรรมการมีหน้าที่ดูแลให้คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการที่มีคุณสมบัติหลากหลาย ทั้งในด้านทักษะ ประสบการณ์ ความสามารถและคุณลักษณะเฉพาะด้าน เพื่อให้มั่นใจว่า จะได้คณะกรรมการโดยรวมที่มีคุณสมบัติเหมาะสม สามารถ เข้าใจและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้ รวมทั้งต้องมีกรรมการที่ไม่ได้เป็นผู้บริหารอย่างน้อย 1 คนที่มีประสบการณ์ในธุรกิจ หรืออุตสาหกรรมหลักของบริษัทฯ ดำเนินกิจการอยู่

3.1.2) คณะกรรมการจะพิจารณาจำนวนกรรมการที่เหมาะสม สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องมีจำนวนกรรมการไม่น้อยกว่า 5 คน และไม่เกิน 12 คน

3.1.3) คณะกรรมการจะมีสัดส่วนระหว่างกรรมการที่เป็นผู้บริหารและกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารที่สะท้อนอำนาจที่ถ่วงดุลกันอย่างเหมาะสม โดย

- 1) กรรมการส่วนใหญ่เป็นกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารที่สามารถให้ความเห็นเกี่ยวกับการทำงานของฝ่ายจัดการได้อย่างอิสระ
- 2) กรรมการอิสระมีจำนวนและคุณสมบัติของกรรมการอิสระตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งดูแล ให้กรรมการอิสระสามารถทำงานร่วมกับคณะกรรมการทั้งหมดได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแสดงความเห็นได้อย่างอิสระ

- 3.1.4) คณะกรรมการจะดำเนินการเปิดเผยนโยบายในการกำหนดองค์ประกอบของคณะกรรมการที่มีความหลากหลาย และข้อมูลกรรมการ อาทิ อายุ ประวัติการศึกษา ประสบการณ์ สัดส่วนการถือหุ้น จำนวนปีที่ดำรงตำแหน่งกรรมการ และการดำรงตำแหน่งกรรมการในบริษัทฯ จดทะเบียนอื่นในรายงานประจำปีและบน website ของบริษัทฯ

• หลักปฏิบัติ 3.2

คณะกรรมการจะเลือกบุคคลที่เหมาะสมเป็นประธานกรรมการ และดูแลให้มั่นใจว่า องค์ประกอบและการดำเนินงานของคณะกรรมการเอื้อต่อการใช้ดุลพินิจในการตัดสินใจอย่างมีอิสระ

- 3.2.1) ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ
- 3.2.2) ประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารมีหน้าที่ความรับผิดชอบต่างกัน คณะกรรมการจะกำหนดอำนาจหน้าที่ของประธานกรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหารให้ชัดเจน และเพื่อให้คนใดคนหนึ่งมีอำนาจโดยไม่จำกัด บริษัทฯ จะแยกบุคคลที่ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการออกจากบุคคลที่ดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- 3.2.3) ประธานกรรมการมีบทบาทเป็นผู้นำของคณะกรรมการ โดยหน้าที่ของประธานกรรมการจะครอบคลุมเรื่องดังต่อไปนี้
- 1) การกำกับ ติดตาม และดูแลให้มั่นใจได้ว่า การปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักขององค์กร
 - 2) การดูแลให้มั่นใจว่า กรรมการทุกคนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม และการกำกับดูแลกิจการที่ดี
 - 3) การกำหนดวาระการประชุมคณะกรรมการโดยหารือร่วมกับประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และมีมาตรการที่ดูแลให้เรื่องสำคัญได้ถูกบรรจุเป็นวาระการประชุม
 - 4) การจัดสรรเวลาไว้อย่างเพียงพอที่ฝ่ายจัดการจะเสนอเรื่องและมากพอที่กรรมการจะอภิปรายประเด็นสำคัญกันอย่างรอบคอบโดยทั่วกัน การส่งเสริมให้กรรมการมีการใช้ดุลพินิจที่รอบคอบ ให้ความเห็นได้อย่างอิสระ
 - 5) การเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกรรมการที่เป็นผู้บริหารและกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหาร และระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการ
- 3.2.4) คณะกรรมการจะกำหนดนโยบายให้กรรมการอิสระมีการดำรงตำแหน่งต่อเนื่องไม่เกินเก้า (9) ปีนับจากวันที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระครั้งแรก ในกรณีที่แต่งตั้งกรรมการอิสระนั้นให้ดำรงตำแหน่งต่อไป คณะกรรมการจะพิจารณาอย่างสมเหตุสมผลถึงความจำเป็นดังกล่าว
- 3.2.5) เพื่อให้เรื่องสำคัญได้รับการพิจารณาในรายละเอียดอย่างรอบคอบ คณะกรรมการจะพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการชุดย่อย เพื่อพิจารณาประเด็นเฉพาะเรื่อง กลั่นกรองข้อมูล และเสนอแนวทางพิจารณาข้อเสนอให้คณะกรรมการเห็นชอบต่อไป
- 3.2.6) คณะกรรมการจะดูแลให้มีการเปิดเผยบทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการ และคณะกรรมการชุดย่อยจำนวนครั้งของการประชุมและจำนวนครั้งที่กรรมการแต่ละท่านเข้าร่วมประชุมในปีที่ผ่านมา และรายงานผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการชุดย่อยทุกชุด

• หลักปฏิบัติ 3.3

- 3.3.1) คณะกรรมการบริษัทจะจัดให้มีการประชุม เพื่อพิจารณาหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหาบุคคลเพื่อให้ได้กรรมการที่มีคุณสมบัติที่จะทำให้คณะกรรมการมีองค์ประกอบความรู้ความชำนาญที่เหมาะสมรวมทั้งมีการพิจารณาประวัติของบุคคลดังกล่าว ก่อนจะนำเสนอที่ประชุมผู้ถือหุ้นให้เป็นผู้แต่งตั้งกรรมการ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบถึงข้อมูลอย่างเพียงพอเกี่ยวกับบุคคลที่ได้รับการเสนอชื่อเพื่อประกอบการตัดสินใจ

- 3.3.2) คณะกรรมการบริษัทจะทบทวนหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหากรรมการก่อนที่จะมีการสรรหากรรมการที่ครบวาระ และในกรณีที่เป็นการเสนอซื้อกรรมการรายเดิม คณะกรรมการบริษัทจะคำนึงถึงผลการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการรายดังกล่าวประกอบด้วย
- 3.3.3) ในกรณีที่คณะกรรมการบริษัทได้แต่งตั้งบุคคลใดให้เป็นที่ปรึกษาของคณะกรรมการบริษัท ในกระบวนการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนให้มีการเปิดเผยข้อมูลของที่ปรึกษานั้นไว้ในรายงานประจำปี รวมทั้งความเป็นอิสระ หรือไม่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

• หลักปฏิบัติ 3.4

ในการเสนอค่าตอบแทนคณะกรรมการให้ผู้ถือหุ้นอนุมัติ คณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาให้โครงสร้างและอัตราค่าตอบแทนมีความเหมาะสมกับความรับผิดชอบและจูงใจให้คณะกรรมการนำพาองค์กรให้ดำเนินงานตามเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว

- 3.4.1) ค่าตอบแทนของกรรมการจะต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายระยะยาวของบริษัทฯ ประสิทธิภาพ ภาระหน้าที่ ขอบเขตของบทบาทและความรับผิดชอบ (Accountability and Responsibility) รวมถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากกรรมการแต่ละคน ทั้งนี้ อยู่ในลักษณะที่เปรียบเทียบได้กับระดับที่ปฏิบัติอยู่ในอุตสาหกรรม
- 3.4.2) ผู้ถือหุ้นต้องเป็นผู้อนุมัติโครงสร้างและอัตราค่าตอบแทนกรรมการ ทั้งรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน โดยคณะกรรมการบริษัทจะพิจารณาค่าตอบแทนแต่ละรูปแบบให้มีความเหมาะสมทั้งค่าตอบแทนในอัตราคงที่ (เช่น ค่าตอบแทนประจำ เบี้ยประชุม) และค่าตอบแทนตามผลดำเนินงานของบริษัทฯ (เช่น โบนัส บำเหน็จ) โดยเชื่อมโยงกับมูลค่าที่บริษัทฯ สร้างให้กับผู้ถือหุ้น แต่ไม่อยู่ในระดับที่สูงเกินไปจนทำให้เกิดการมุ่งเน้นแต่ผลประโยชน์ระยะสั้น
- 3.4.3) คณะกรรมการจะเปิดเผยนโยบายและหลักเกณฑ์การกำหนดค่าตอบแทนกรรมการที่สะท้อนถึงภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละคน รวมทั้งรูปแบบและจำนวนของค่าตอบแทนด้วย ทั้งนี้ จำนวนเงินค่าตอบแทนที่เปิดเผย ให้รวมถึงค่าตอบแทนที่กรรมการแต่ละท่านได้รับจากการเป็นกรรมการของบริษัทฯ ด้วย

• หลักปฏิบัติ 3.5

คณะกรรมการมีหน้าที่กำกับดูแลให้กรรมการทุกคนมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่และจัดสรรเวลาอย่างเพียงพอ

- 3.5.1) คณะกรรมการจะดูแลให้มั่นใจว่า มีกลไกสนับสนุนให้กรรมการเข้าไต่ถามบทบาทหน้าที่ของตน
- 3.5.2) คณะกรรมการจะกำหนดหลักเกณฑ์ในการดำรงตำแหน่งในบริษัทฯ อื่นของกรรมการโดยพิจารณาถึงประสิทธิภาพการทำงานของกรรมการที่ดำรงตำแหน่งหลายบริษัทฯ และเพื่อให้มั่นใจว่ากรรมการสามารถทุ่มเทเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ในบริษัทฯ ได้อย่างเพียงพอ โดยจะกำหนดจำนวนบริษัทจดทะเบียนที่กรรมการแต่ละคนจะไปดำรงตำแหน่งให้เหมาะสมกับลักษณะหรือสภาพธุรกิจของบริษัทฯ
- 3.5.3) คณะกรรมการจะจัดให้มีระบบการรายงานการดำรงตำแหน่งอื่นของกรรมการ และเปิดเผยให้เป็นที่รับทราบ
- 3.5.4) ในกรณีที่กรรมการดำรงตำแหน่งกรรมการหรือผู้บริหาร หรือมีส่วนได้เสียไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม ในกิจการอื่นที่มีความขัดแย้ง หรือสามารถใช้โอกาสหรือข้อมูลของบริษัทฯ เพื่อประโยชน์ของตน คณะกรรมการต้องดูแลให้มั่นใจว่า บริษัทฯ มีมาตรการป้องกันอย่างเพียงพอและมีการแจ้งให้ผู้ถือหุ้นทราบตามความเหมาะสม
- 3.5.5) ให้กรรมการแต่ละคนเข้าร่วมประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนการประชุมคณะกรรมการบริษัท ทั้งหมดที่ได้จัดให้มีขึ้นในรอบปี เว้นแต่ในกรณีที่มิเหตุจำเป็น

• หลักปฏิบัติ 3.6

คณะกรรมการมีหน้าที่กำกับดูแลให้มีการรอบและกลไกในการกำกับดูแลนโยบายและการดำเนินงานของบริษัทย่อย (ถ้ามี) และกิจการอื่นที่บริษัทฯ ไปลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ ในระดับที่เหมาะสมกับกิจการแต่ละแห่ง รวมทั้งบริษัทย่อย และกิจการอื่นที่บริษัทฯ ไปลงทุนมีความเข้าใจถูกต้องตรงกันด้วย

3.6.1) คณะกรรมการจะพิจารณากำหนดนโยบายการกำกับดูแลบริษัทย่อย (ถ้ามี) ซึ่งรวมถึง

- 1) ระดับการแต่งตั้งบุคคลไปเป็นกรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อย โดยให้คณะกรรมการเป็นผู้แต่งตั้งเว้นแต่บริษัทฯ ดังกล่าวเป็นบริษัทขนาดเล็กที่เป็น operating arms ของบริษัทฯ คณะกรรมการอาจมอบหมายให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเป็นผู้พิจารณาแต่งตั้งก็ได้
- 2) กำหนดขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคคลที่เป็นตัวแทนของบริษัทฯ ตามข้อ (1) และให้ตัวแทนของบริษัทฯ ดูแลให้การปฏิบัติเป็นไปตามนโยบายของบริษัทย่อย และในกรณีที่บริษัทย่อยมีผู้ร่วมลงทุนอื่นคณะกรรมการจะกำหนดนโยบายให้ตัวแทนทำหน้าที่อย่างดีที่สุดที่สุด เพื่อผลประโยชน์ของบริษัทย่อย และให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัทแม่
- 3) ระบบการควบคุมภายในของบริษัทย่อยที่เหมาะสมและรัดกุมเพียงพอและการทำรายการต่างๆ เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง
- 4) การเปิดเผยข้อมูลฐานะการเงินและผลการดำเนินงานการทำรายการกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน การได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งทรัพย์สิน การทำรายการอื่นที่สำคัญ การเพิ่มทุน การลดทุน การเลิกบริษัทย่อย เป็นต้น

3.6.2) หากเป็นการเข้าร่วมลงทุนในกิจการอื่นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น มีสัดส่วนการถือหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงตั้งแต่ร้อยละ 20 แต่ไม่เกินร้อยละ 50 และจำนวนเงินลงทุนหรืออาจต้องลงทุนเพิ่มเติมมีนัยสำคัญต่อบริษัทฯ ในกรณีที่จำเป็นคณะกรรมการจะดูแลให้มีการจัดทำสัญญาาระหว่างผู้ถือหุ้น (Shareholders' Agreement) หรือข้อตกลงอื่นเพื่อให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับอำนาจในการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญ การติดตามผลการดำเนินงานเพื่อสามารถใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำงบการเงินของบริษัทฯ ได้มีตามมาตรฐานและกำหนดเวลา

• หลักปฏิบัติ 3.7

คณะกรรมการจะจัดให้มีการประเมินผลการทำงานของกรรมการทั้งคณะ รวมทั้งประเมินผลการทำงานของกรรมการรายบุคคล เพื่อพิจารณาทบทวนผลงาน ปัญหาและอุปสรรคในแต่ละปี เพื่อสามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ได้

• หลักปฏิบัติ 3.8

คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้คณะกรรมการและกรรมการแต่ละคนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ลักษณะการประกอบธุรกิจ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ ตลอดจนสนับสนุนให้กรรมการทุกคนได้รับการเสริมสร้างทักษะและความรู้สำหรับการปฏิบัติหน้าที่กรรมการอย่างสม่ำเสมอ

- 3.8.1) คณะกรรมการจะดูแลให้มั่นใจว่า บุคคลที่ได้รับแต่งตั้งเป็นกรรมการใหม่ จะได้รับการแนะนำและมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งรวมถึงความเข้าใจในวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร ตลอดจนลักษณะธุรกิจและแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- 3.8.2) คณะกรรมการจะดูแลให้กรรมการได้รับการอบรมและพัฒนาความรู้ที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง
- 3.8.3) คณะกรรมการจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย กฎเกณฑ์ มาตรฐานความเสี่ยง และสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ รวมทั้งได้รับทราบข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน อย่างสม่ำเสมอ
- 3.8.4) คณะกรรมการจะเปิดเผยข้อมูลการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องของกรรมการในรายงานประจำปี

• **หลักปฏิบัติ 3.9**

คณะกรรมการจะดูแลให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของคณะกรรมการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และมีเลขานุการบริษัทที่มีความรู้และประสบการณ์ที่จำเป็นและเหมาะสมต่อการสนับสนุนการดำเนินงานของคณะกรรมการ

- 3.9.1) คณะกรรมการจะจัดให้มีกำหนดการประชุมและวาระการประชุมคณะกรรมการเป็นการล่วงหน้าเพื่อให้กรรมการสามารถจัดเวลาและเข้าร่วมประชุมได้
- 3.9.2) จำนวนครั้งของการประชุมคณะกรรมการจะพิจารณาให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการและลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ แต่ไม่น้อยกว่าสี่ (4) ครั้งต่อปี
- 3.9.3) คณะกรรมการจะดูแลให้มีกลไกให้กรรมการแต่ละคน รวมทั้งฝ่ายจัดการมีอิสระที่จะเสนอเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทฯ เข้าสู่การประชุม
- 3.9.4) เอกสารประกอบการประชุมจะจัดส่งให้แก่กรรมการเป็นการล่วงหน้าไม่น้อยกว่าเจ็ด (7) วันก่อนวันประชุม เว้นแต่ในกรณีจำเป็นเร่งด่วนเพื่อรักษาสิทธิหรือประโยชน์ของบริษัทฯ จะแจ้งการนัดประชุมโดยวิธีอื่นและกำหนดวันประชุมให้เร็วกว่านั้นก็ได้
- 3.9.5) คณะกรรมการจะสนับสนุนให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเชิญผู้บริหารระดับสูงเข้าร่วมประชุมคณะกรรมการเพื่อให้สารสนเทศรายละเอียดเพิ่มเติมในฐานะที่เกี่ยวข้องกับปัญหาโดยตรง และเพื่อให้มีโอกาสซักถามผู้บริหารระดับสูงสำหรับใช้ประกอบการพิจารณาแผนการสืบทอดตำแหน่ง
- 3.9.6) คณะกรรมการจะเข้าถึงสารสนเทศที่จำเป็นเพิ่มเติมได้จากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เลขานุการบริษัทหรือผู้บริหารอื่นที่ได้รับมอบหมาย ภายในขอบเขตนโยบายที่กำหนด และในกรณีที่จำเป็นคณะกรรมการอาจจัดให้มีการเห็นอิสระจากที่ปรึกษาหรือผู้ประกอบวิชาชีพภายนอก โดยถือเป็นค่าใช้จ่ายของบริษัทฯ
- 3.9.7) คณะกรรมการอาจพิจารณากำหนดเป็นนโยบายให้กรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารมีโอกาสที่จะประชุมระหว่างกันเองตามความจำเป็นเพื่ออภิปรายปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับการจัดการที่อยู่ในความสนใจ โดยไม่มีฝ่ายจัดการร่วมด้วย โดยแจ้งให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารทราบถึงผลการประชุมด้วย
- 3.9.8) คณะกรรมการจะกำหนดคุณสมบัติและประสบการณ์ของเลขานุการบริษัทที่เหมาะสมที่จะปฏิบัติหน้าที่ในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่คณะกรรมการจะต้องทราบดูแลการจัดการเอกสารการประชุมคณะกรรมการ เอกสารสำคัญต่างๆ และกิจกรรมของคณะกรรมการ รวมทั้งประสานงานให้มีการปฏิบัติตามมติคณะกรรมการ นอกจากนี้ คณะกรรมการจะเปิดเผยคุณสมบัติและประสบการณ์ของเลขานุการบริษัทในรายงานประจำปี และบน website ของบริษัทฯ
- 3.9.9) เลขานุการบริษัทจะฝึกอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องที่จะเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่และในกรณีที่หลักสูตรรับรอง (certified program) เลขานุการบริษัทจะได้รับการอบรมหลักสูตรดังกล่าวด้วย

หลักปฏิบัติ 4 : สรรหาและพัฒนาผู้บริหารระดับสูงและการบริหารบุคลากร

• **หลักปฏิบัติ 4.1**

คณะกรรมการจะดำเนินการให้มั่นใจว่ามีการสรรหาและพัฒนาประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูงให้มีความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และคุณลักษณะที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย

- 4.1.1) คณะกรรมการจะพิจารณาหรือมอบหมายให้คณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนพิจารณาหลักเกณฑ์และวิธีการสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
- 4.1.2) คณะกรรมการจะติดตามดูแลให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารดูแลให้มีผู้บริหารระดับสูงที่เหมาะสมโดยอย่างน้อยคณะกรรมการหรือคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะร่วมกับประธาน

เจ้าหน้าที่บริหารพิจารณาหลักเกณฑ์และวิธีการในการสรรหาและแต่งตั้งบุคคล เห็นชอบบุคคลที่ประธานเจ้าหน้าที่บริหารเสนอให้เป็นผู้บริหารระดับสูง

- 4.1.3) เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มีแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) เพื่อเป็นการเตรียมสืบทอดตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูง
- 4.1.4) คณะกรรมการจะส่งเสริมและสนับสนุนให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้บริหารระดับสูงได้รับการอบรมและพัฒนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน

• หลักปฏิบัติ 4.2

คณะกรรมการโดยคำแนะนำของคณะกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทนจะกำกับดูแลให้มีการกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนและการประเมินผลที่เหมาะสม

- 4.2.1) คณะกรรมการโดยคำแนะนำของคณะกรรมการบริหารจะกำหนดโครงสร้างค่าตอบแทนที่เป็นเครื่องจูงใจให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักขององค์กรและสอดคล้องกับผลประโยชน์ของบริษัทฯ ในระยะยาว
- 4.2.2) คณะกรรมการจะพิจารณาเห็นชอบหลักเกณฑ์และปัจจัยในการประเมินผลงาน ตลอดจนอนุมัติโครงสร้างค่าตอบแทนของผู้บริหารระดับสูง และติดตามให้ประธานเจ้าหน้าที่บริหารประเมินผู้บริหารระดับสูงให้สอดคล้องกับหลักการประเมินดังกล่าว

• หลักปฏิบัติ 4.3

คณะกรรมการจะทำความเข้าใจโครงสร้างและความสัมพันธ์ของผู้ถือหุ้นที่อาจมีผลกระทบต่อการบริหารและการดำเนินงานของบริษัทฯ

- 4.3.1) คณะกรรมการจะทำความเข้าใจโครงสร้างและความสัมพันธ์ของผู้ถือหุ้น ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของข้อตกลงภายในกิจการครอบครัวไม่ว่าจะเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ ข้อตกลงผู้ถือหุ้น หรือนโยบายของกลุ่มบริษัทแม่ ซึ่งมีผลต่ออำนาจในการควบคุมการบริหารจัดการบริษัทฯ
- 4.3.2) คณะกรรมการจะดูแลไม่ให้ข้อตกลงตามข้อ 4.3.1 เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ เช่น การมีบุคคลที่เหมาะสมมาสืบทอดตำแหน่ง
- 4.3.3) คณะกรรมการจะดูแลให้มีการเปิดเผยข้อมูลตามข้อตกลงต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการควบคุมบริษัทฯ

• หลักปฏิบัติ 4.4

คณะกรรมการจะติดตามดูแลการบริหารและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ ประสบการณ์และแรงจูงใจที่เหมาะสม

- 4.4.1) คณะกรรมการจะดูแลให้มีการบริหารทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กร พนักงานในทุกระดับมีความรู้ ความสามารถ แรงจูงใจที่เหมาะสม และได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม เพื่อรักษาบุคลากรที่มีความสามารถขององค์กรไว้
- 4.4.2) คณะกรรมการจะดูแลให้มีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพหรือกลไกอื่นเพื่อดูแลให้พนักงานมีการออมอย่างเพียงพอสำหรับรองรับการเกษียณ รวมทั้งสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการเงิน การเลือกนโยบายการลงทุนที่สอดคล้องกับช่วงอายุ ระดับความเสี่ยง

หลักปฏิบัติ 5 : การประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ

• หลักปฏิบัติ 5.1

คณะกรรมการให้ความสำคัญและสนับสนุนการดำเนินการที่ก่อให้เกิดมูลค่าแก่ธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างคุณประโยชน์ต่อลูกค้าหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- 5.1.1) คณะกรรมการจะให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กร และดูแลให้ฝ่ายจัดการนำไปเป็นส่วนหนึ่งในการทบทวนกลยุทธ์ การวางแผนพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานและการติดตามผลการดำเนินงาน
- 5.1.2) คณะกรรมการจะส่งเสริมการดำเนินการ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้บริษัทฯ ตามสภาพปัจจัยแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งอาจครอบคลุมการกำหนดรูปแบบธุรกิจ (Business Model) วิธีคิดมุมมองในการออกแบบและพัฒนาสินค้าและบริการ การวิจัย การปรับปรุงกระบวนการผลิตและกระบวนการทำงาน รวมทั้งการร่วมมือกับคู่ค้า

ทั้งนี้ การดำเนินการข้างต้นควรมีลักษณะเป็นไปเพื่อการสร้างประโยชน์ร่วมกันทั้งแก่บริษัทฯ ลูกค้า คู่ค้า สังคม และสิ่งแวดล้อม และไม่สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม กิจกรรมที่ผิดกฎหมายหรือขาดจริยธรรม

• หลักปฏิบัติ 5.2

คณะกรรมการจะติดตามดูแลให้ฝ่ายจัดการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และสะท้อนอยู่ในแผนดำเนินการ (Operational Plan) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทุกฝ่ายขององค์กรได้ดำเนินการสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก และแผนกลยุทธ์ (Strategies) ของบริษัทฯ

- 5.2.1) คณะกรรมการจะดูแลให้มีกลไกที่ทำให้มั่นใจว่า บริษัทฯ ประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่ละเมิดสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อเป็นแนวทางให้ทุกส่วนในองค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก ที่เป็นไปด้วยความยั่งยืน โดยจัดทำนโยบายจรรยาบรรณทางธุรกิจให้ครอบคลุมเรื่องดังต่อไปนี้
 - (1) ความรับผิดชอบต่อพนักงานและลูกจ้าง โดยปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติต่อพนักงานและลูกจ้างอย่างเป็นธรรมและเคารพสิทธิมนุษยชน ได้แก่ การกำหนดค่าตอบแทนและค่าผลประโยชน์อื่นๆ ที่เป็นธรรม การจัดสวัสดิการที่ไม่น้อยกว่าที่กฎหมายกำหนดหรือมากกว่าตามความเหมาะสม การดูแลสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน การอบรมให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพและส่งเสริมความก้าวหน้า รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานมีโอกาสพัฒนาทักษะการทำงานในด้านอื่นๆ
 - (2) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงสุขภาพ ความปลอดภัย ความเป็นธรรม การเก็บรักษาข้อมูลลูกค้า การบริการหลังการขายตลอดช่วงอายุสินค้าและบริการ การติดตามวัดผลความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อการพัฒนาปรับปรุงสินค้าและบริการ รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายต้องกระทำอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือใช้ประโยชน์จากความเข้าใจผิดของลูกค้า
 - (3) ความรับผิดชอบต่อคู่ค้า โดยมีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและเงื่อนไขสัญญาหรือข้อตกลงที่เป็นธรรม การช่วยให้ความรู้ พัฒนาศักยภาพและยกระดับความสามารถในการผลิตและให้บริการให้ได้มาตรฐาน ชี้แจงและดูแลให้คู่ค้าเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานตนเองอย่างเป็นธรรม รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงติดตามตรวจสอบและประเมินผลคู่ค้าเพื่อพัฒนาการประกอบธุรกิจระหว่างกันอย่างยั่งยืน
 - (4) ความรับผิดชอบต่อชุมชน โดยนำความรู้และประสบการณ์ทางธุรกิจมาพัฒนาโครงการที่สามารถสร้างเสริมประโยชน์ต่อชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม มีการติดตามและวัดผลความคืบหน้าและความสำเร็จในระยะยาว
 - (5) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยป้องกัน ลด จัดการและดูแลให้มั่นใจว่าบริษัทฯ จะไม่สร้างหรือก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมการใช้วัตถุดิบ การใช้พลังงาน การใช้น้ำ การใช้ทรัพยากรหมุนเวียน การปลดปล่อยและจัดการของเสียที่เกิดจากการประกอบธุรกิจ การปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น

- (6) การแข่งขันอย่างเป็นธรรม โดยการประกอบธุรกิจอย่างเปิดเผยโปร่งใสและไม่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม
- (7) การต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน โดยปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องและกำหนดให้บริษัทฯ มีและประกาศนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อสาธารณะ โดยบริษัทฯ อาจพิจารณาเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายในการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงสนับสนุนให้บริษัทฯ อื่นๆ และคู่ค้ามีและประกาศนโยบายการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมทั้งเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายด้วย

• หลักปฏิบัติ 5.3

คณะกรรมการจะติดตามดูแลให้ฝ่ายจัดการจัดสรรและจัดการทรัพยากรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักได้อย่างยั่งยืน

- 5.3.1) คณะกรรมการจะตระหนักถึงความจำเป็นของทรัพยากรที่ต้องใช้ รวมทั้งตระหนักว่าการใช้ทรัพยากรแต่ละประเภทมีผลกระทบต่อกันและกัน
- 5.3.2) คณะกรรมการจะตระหนักว่า รูปแบบธุรกิจ (business model) ที่ต่างกัน ทำให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรที่ต่างกันด้วย ดังนั้น ในการตัดสินใจเลือกรูปแบบธุรกิจ ให้คำนึงถึงผลกระทบและความคุ้มค่าที่จะเกิดขึ้นต่อทรัพยากร โดยยังคงอยู่บนพื้นฐานของการมีจริยธรรม มีความรับผิดชอบ และสร้างคุณค่าให้แก่บริษัทฯ อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ ทรัพยากรที่บริษัทฯ พึ่งพาถึงมีอย่างน้อย 4 ประเภท ได้แก่ การเงิน (Financial Capital) ด้านบุคลากร (Human Capital) สังคมและความสัมพันธ์ (Social and Relationship Capital) และธรรมชาติ (Natural Capital)

• หลักปฏิบัติ 5.4

คณะกรรมการจะจัดให้มีกรอบการกำกับดูแลและการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กรที่สอดคล้องกับความต้องการของบริษัทฯ รวมทั้งดูแลให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและพัฒนาการดำเนินงาน การบริหารความเสี่ยง เพื่อให้บริษัทฯ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของบริษัทฯ

- 5.4.1) คณะกรรมการจะจัดให้มีนโยบายในเรื่องการจัดสรรและการบริหารทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งครอบคลุมถึงการจัดสรรทรัพยากรให้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ และการกำหนดแนวทางเพื่อรองรับในกรณีที่ไม่สามารถจัดสรรทรัพยากรได้เพียงพอตามที่กำหนดไว้
- 5.4.2) คณะกรรมการจะดูแลให้การบริหารความเสี่ยงขององค์กรครอบคลุมถึงการบริหารและจัดการความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย
- 5.4.3) คณะกรรมการจะจัดให้มีนโยบายและมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ ทั้งนี้ กรอบการกำกับดูแลและการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศระดับองค์กร ได้แก่
 - (1) บริษัทฯ ได้ทำตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
 - (2) บริษัทฯ มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ในการรักษาความลับ (Confidentiality) การรักษาความน่าเชื่อถือ (Integrity) และความพร้อมใช้ของข้อมูล (Availability) รวมทั้งป้องกันมิให้มีการนำข้อมูลไปใช้ในทางมิชอบ หรือมีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต
 - (3) บริษัทฯ ได้พิจารณาความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีมาตรการในการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าว ในด้านต่างๆ เช่น การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Management) การบริหารจัดการเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง

ปลอดภัยของระบบสารสนเทศ (Incident Management) การบริหารจัดการทรัพยากรสารสนเทศ (Asset Management) เป็นต้น

- (4) บริษัทฯ ได้พิจารณาการจัดสรรและบริหารทรัพยากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการกำหนดหลักเกณฑ์และปัจจัยในการกำหนดลำดับความสำคัญของแผนงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ความเหมาะสมสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ ผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ความเร่งด่วนในการใช้งาน งบประมาณและทรัพยากรบุคคลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจ (Business Model) เป็นต้น

หลักปฏิบัติ 6 : ดูแลให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่เหมาะสม

• หลักปฏิบัติ 6.1

คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มั่นใจว่า บริษัทฯ มีระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง

- 6.1.1) คณะกรรมการจะทำความเข้าใจความเสี่ยงที่สำคัญของบริษัทฯ และอนุมัติความเสี่ยงที่ยอมรับได้
- 6.1.2) คณะกรรมการจะพิจารณาและอนุมัตินโยบายการบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก กลยุทธ์ และความเสี่ยงที่ยอมรับได้ของบริษัทฯ สำหรับเป็นกรอบการปฏิบัติงาน ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงของทุกคนในองค์กรให้เป็นทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ คณะกรรมการจะให้ความสำคัญกับสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าและดูแลให้มีการทบทวนนโยบายการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำ
- 6.1.3) คณะกรรมการจะดูแลให้บริษัทฯ มีการระบุความเสี่ยง โดยพิจารณาปัจจัยทั้งภายนอกและภายในองค์กรที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทฯ ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
ทั้งนี้ ความเสี่ยงหลักที่คณะกรรมการจะให้ความสำคัญ อาจแบ่งออกเป็น ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน (Operational Risk) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ (Compliance Risk) เป็นต้น
- 6.1.4) คณะกรรมการจะดูแลให้มั่นใจว่า บริษัทฯ ได้มีการประเมินผลกระทบและโอกาสที่เกิดขึ้นของความเสี่ยงที่ได้ระบุไว้เพื่อจัดลำดับความเสี่ยง และมีวิธีการจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม
- 6.1.5) คณะกรรมการอาจมอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบกลั่นกรองข้อ 6.1.1 – 6.1.4 ก่อนเสนอให้คณะกรรมการพิจารณา
- 6.1.6) คณะกรรมการจะติดตามและประเมินประสิทธิภาพของการบริหารความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ
- 6.1.7) คณะกรรมการมีหน้าที่ดูแลให้บริษัทฯ ประกอบธุรกิจให้เป็นไปตามกฎหมาย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศและในระดับสากล
- 6.1.8) ในกรณีที่บริษัทฯ มีบริษัทย่อยหรือกิจการอื่นที่บริษัทฯ ไปลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ (เช่น มีสัดส่วนการถือหุ้นที่มีสิทธิออกเสียงตั้งแต่ร้อยละ 20 แต่ไม่เกินร้อยละ 50) คณะกรรมการจะนำผลประโยชน์ระบบควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงมาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาตามข้อ 6.1.1–6.1.7 ด้วย

• หลักปฏิบัติ 6.2

คณะกรรมการจะจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบที่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและอิสระ

- 6.2.1) คณะกรรมการจะจัดให้มีคณะกรรมการตรวจสอบประกอบด้วยกรรมการอย่างน้อย 3 คน ซึ่งทุกคนต้องเป็นกรรมการอิสระ และมีคุณสมบัติและหน้าที่ตามหลักเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- 6.2.2) คณะกรรมการจะกำหนดหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบไว้เป็นลายลักษณ์อักษร โดยมีหน้าที่อย่างน้อยตามที่ระบุไว้ในกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ
- 6.2.3) คณะกรรมการจะดูแลให้บริษัทฯ จัดให้มีกลไกหรือเครื่องมือที่จะทำให้คณะกรรมการตรวจสอบสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เช่น เชื้ออำนาจให้คณะกรรมการตรวจสอบสามารถเรียกผู้ที่เกี่ยวข้องมาให้ข้อมูล การได้หารือร่วมกับผู้สอบบัญชี หรือแสวงหาความเห็นที่เป็นอิสระจากที่ปรึกษาทางวิชาชีพอื่นใดมาประกอบการพิจารณาของคณะกรรมการตรวจสอบได้
- 6.2.4) คณะกรรมการจะจัดให้มีบุคคลหรือหน่วยงานตรวจสอบภายในที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้รับผิดชอบในการพัฒนาและสอบทานประสิทธิภาพระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน พร้อมทั้งรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบและเปิดเผยรายงานการสอบทานไว้ในรายงานประจำปี
- 6.2.5) คณะกรรมการตรวจสอบต้องให้ความเห็นถึงความเพียงพอของระบบการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน และเปิดเผยไว้ในรายงานประจำปี

• หลักปฏิบัติ 6.3

คณะกรรมการจะติดตามดูแลและจัดการความขัดแย้งของผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นได้ระหว่างบริษัทฯ กับฝ่ายจัดการ คณะกรรมการ หรือผู้ถือหุ้น รวมไปถึงการป้องกันการใช้ประโยชน์อันมิควรในทรัพย์สิน ข้อมูล และโอกาสของบริษัทฯ และการทำธุรกรรมกับผู้ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ในลักษณะที่ไม่สมควร

- 6.3.1) คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งรวมถึงการกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติในการรักษาความลับ (Confidentiality) การรักษาความน่าเชื่อถือ (Integrity) และความพร้อมใช้ของข้อมูล (Availability) รวมทั้งการจัดการข้อมูลที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ (Market Sensitive Information) นอกจากนี้ คณะกรรมการจะดูแลให้กรรมการผู้บริหารระดับสูง และพนักงาน ตลอดจนบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้อง อาทิ ที่ปรึกษาทางกฎหมาย ที่ปรึกษาทางการเงิน ปฏิบัติตามระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลด้วย
- 6.3.2) คณะกรรมการจะดูแลให้มีการจัดการและติดตามรายการที่อาจมีความขัดแย้งของผลประโยชน์ รวมทั้งดูแลให้มีแนวทางและวิธีปฏิบัติเพื่อให้การทำการรายการดังกล่าวเป็นไปตามขั้นตอนการดำเนินการและการเปิดเผยข้อมูล ตามที่กฎหมายกำหนดและเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทฯ และผู้ถือหุ้นโดยรวมเป็นสำคัญ โดยที่ผู้มีส่วนได้เสียไม่ควรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- 6.3.3) คณะกรรมการจะจัดให้มีข้อกำหนดให้กรรมการรายงานการมีส่วนได้เสียอย่างน้อยก่อนการพิจารณาวาระการประชุมคณะกรรมการ และบันทึกไว้ในรายงานการประชุมคณะกรรมการ คณะกรรมการจะดูแลให้กรรมการที่มีส่วนได้เสียอย่างมีนัยสำคัญในลักษณะที่อาจทำให้กรรมการรายดังกล่าวไม่สามารถให้ความเห็นได้อย่างอิสระ จดเว้นจากการมีส่วนร่วมในการประชุมพิจารณาในวาระนั้น

• หลักปฏิบัติ 6.4

คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านคอร์รัปชันที่ชัดเจนและสื่อสารในทุกกระดับขององค์กรและต่อคนนอกเพื่อให้เกิดการนำไปปฏิบัติได้จริง รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมและปลูกฝังให้พนักงานทุกคนปฏิบัติตามกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

• หลักปฏิบัติ 6.5

คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้บริษัทฯ มีกลไกในการรับเรื่องร้องเรียนและการดำเนินการกรณีมีการชี้เบาะแส

- 6.5.1) คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้มีกลไกและกระบวนการจัดการ ข้อร้องเรียนของผู้มีส่วนได้เสีย และดูแลให้มีการจัดช่องทางเพื่อการรับข้อร้องเรียนที่มีความสะดวกและมีมากกว่าหนึ่งช่องทาง รวมทั้งเปิดเผยช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนไว้ใน website หรือรายงานประจำปี

6.5.2) คณะกรรมการจะดูแลให้มีนโยบายและแนวทางที่ชัดเจนในกรณีที่มีการชี้เบาะแส โดยจะกำหนดให้มีช่องทางในการแจ้งเบาะแสผ่านทาง E-mail ของบริษัทฯ หรือผ่านกรรมการอิสระ หรือ กรรมการตรวจสอบของบริษัทฯ รวมทั้งมีกระบวนการตรวจสอบข้อมูล การดำเนินการ และรายงานต่อคณะกรรมการ

6.5.3) คณะกรรมการจะดูแลให้มีมาตรการคุ้มครองที่เหมาะสมแก่ผู้แจ้งเบาะแสที่แจ้งเบาะแสดด้วยเจตนาสุจริต

หลักปฏิบัติ 7 : รักษาความน่าเชื่อถือทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูล

• หลักปฏิบัติ 7.1

คณะกรรมการมีความรับผิดชอบในการดูแลให้ระบบการจัดทำรายงานทางการเงินและการเปิดเผยข้อมูลสำคัญต่างๆ ถูกต้อง เพียงพอ กันเวลา เป็นไปตามกฎเกณฑ์ มาตรฐาน และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

7.1.1) คณะกรรมการจะดูแลให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและเปิดเผยข้อมูล มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีจำนวนเพียงพอ โดยบุคลากรดังกล่าวหมายรวมถึงผู้บริหารสูงสุดสายงานบัญชีและการเงิน ผู้จัดทำบัญชี ผู้ตรวจสอบภายใน เลขานุการบริษัทฯ และนักลงทุนสัมพันธ์

7.1.2) ในการให้ความเห็นชอบการเปิดเผยข้อมูล ให้คณะกรรมการคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยในกรณีที่เป็นการรายงานทางการเงิน จะพิจารณาปัจจัยอย่างน้อยดังต่อไปนี้ด้วย

- (1) ผลการประเมินความเพียงพอของระบบควบคุมภายใน
- (2) ความเห็นของผู้สอบบัญชีในรายงานทางการเงิน และข้อสังเกตของผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับระบบควบคุมภายใน รวมทั้งข้อสังเกตของผู้สอบบัญชีผ่านการสื่อสารในช่องทางอื่นๆ (ถ้ามี)
- (3) ความเห็นของคณะกรรมการตรวจสอบ
- (4) ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก กลยุทธ์และนโยบายของบริษัทฯ

7.1.3) คณะกรรมการจะดูแลให้การเปิดเผยข้อมูล ซึ่งรวมถึงงบการเงิน รายงานประจำปี แบบ 56-1 สะท้อนฐานะการเงินและผลการดำเนินงานอย่างเพียงพอ รวมทั้งสนับสนุนให้บริษัทฯ จัดทำคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (Management Discussion and Analysis หรือ MD&A) เพื่อประกอบการเปิดเผยงบการเงินทุกไตรมาส ทั้งนี้ เพื่อให้นักลงทุนได้รับทราบข้อมูลและเข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ในแต่ละไตรมาสได้ดียิ่งขึ้น นอกจากข้อมูลตัวเลขในงบการเงินเพียงอย่างเดียว

7.1.4) ในกรณีที่การเปิดเผยข้อมูลรายการใดเกี่ยวข้องกับกรรมการรายใดรายหนึ่งเป็นการเฉพาะ กรรมการรายนั้นจะดูแลให้การเปิดเผยในส่วนของตนมีความครบถ้วนถูกต้องด้วย เช่น ข้อมูลผู้ถือหุ้นของกลุ่มตน การเปิดเผยในส่วนที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น (Shareholders' Agreement) ของกลุ่มตน

• หลักปฏิบัติ 7.2

คณะกรรมการจะติดตามดูแลความเพียงพอของสภาพคล่องทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้

7.2.1) คณะกรรมการจะดูแลให้ฝ่ายจัดการมีการติดตามและประเมินฐานะทางการเงินของบริษัทฯ และมีการรายงานต่อคณะกรรมการอย่างสม่ำเสมอ โดยให้คณะกรรมการและฝ่ายจัดการร่วมกันหาทางแก้ไขโดยเร็วหากเริ่มมีสัญญาณบ่งชี้ถึงปัญหาสภาพคล่องทางการเงินและความสามารถในการชำระหนี้

- 7.2.2) ในการอนุมัติการทำรายการใดๆ หรือการเสนอความเห็นให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นอนุมัติ คณะกรรมการจะพิจารณาให้มั่นใจได้ว่า การทำรายการดังกล่าวจะไม่กระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน สภาพคล่องทางการเงิน หรือความสามารถในการชำระหนี้

• หลักปฏิบัติ 7.3

ในภาวะที่บริษัทฯ ประสบปัญหาทางการเงินหรือมีแนวโน้มจะประสบปัญหา คณะกรรมการจะพิจารณาให้มั่นใจได้ว่าบริษัทฯ มีแผนในการแก้ไขปัญหา หรือมีกลไกอื่นที่จะสามารถแก้ไขปัญหาทางการเงินได้ ทั้งนี้ ภายใต้การคำนึงถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย

- 7.3.1) ในกรณีที่บริษัทฯ มีแนวโน้มที่จะไม่สามารถชำระหนี้หรือมีปัญหาทางการเงินคณะกรรมการจะติดตามอย่างใกล้ชิด และดูแลให้บริษัทฯ ประกอบธุรกิจด้วยความระมัดระวัง และปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล
- 7.3.2) คณะกรรมการจะดูแลให้บริษัทฯ กำหนดแผนการแก้ไขปัญหาทางการเงิน โดยคำนึงถึงความเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งรวมถึงเจ้าหนี้ ตลอดจนติดตามการแก้ไขปัญหา โดยให้ฝ่ายจัดการรายงานสถานะอย่างสม่ำเสมอ
- 7.3.3) คณะกรรมการจะพิจารณาให้มั่นใจได้ว่า การพิจารณาตัดสินใจใดๆ ในการแก้ไขปัญหาทางการเงินของบริษัทฯ ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดจะต้องเป็นไปอย่างสมเหตุสมผล

• หลักปฏิบัติ 7.4

คณะกรรมการจะพิจารณาจัดทำรายงานความยั่งยืนตามความเหมาะสม

- 7.4.1) คณะกรรมการจะพิจารณาความเหมาะสมในการเปิดเผยข้อมูลการปฏิบัติตามกฎหมาย การปฏิบัติตามจรรยาบรรณ นโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน การปฏิบัติต่อพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และการเคารพสิทธิมนุษยชน รวมทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงกรอบการรายงานที่ได้รับการยอมรับในประเทศหรือในระดับสากล ทั้งนี้ อาจเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวไว้ในรายงานประจำปี หรืออาจจัดทำเป็นเล่มแยกต่างหากตามความเหมาะสมของบริษัทฯ
- 7.4.2) คณะกรรมการจะดูแลให้ข้อมูลที่เปิดเผยเป็นเรื่องที่สำคัญและสะท้อนการปฏิบัติที่จะนำไปสู่การสร้างคุณค่าแก่บริษัทฯ อย่างยั่งยืน

• หลักปฏิบัติ 7.5

คณะกรรมการจะกำกับดูแลให้ฝ่ายจัดการจัดให้มีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบงานนักกลางทุนสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น และผู้มีส่วนได้เสียอื่น เช่น นักลงทุน นักวิเคราะห์ ให้เป็นไปอย่างเหมาะสม เท่าเทียมกัน และทันเวลา

- 7.5.1) คณะกรรมการจะจัดให้มีนโยบายการสื่อสาร (Communication Policy) และนโยบายการเปิดเผยข้อมูล (Disclosure Policy) เพื่อให้มั่นใจได้ว่า การสื่อสารและการเปิดเผยข้อมูลต่อบุคคลภายนอกเป็นไปอย่างเหมาะสม เท่าเทียมกัน ทันเวลา ใช้ช่องทางที่เหมาะสม ปกป้องข้อมูลลับและข้อมูลที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ รวมทั้งมีการสื่อสารให้เข้าใจตรงกันทั้งองค์กรในการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว
- 7.5.2) คณะกรรมการจะจัดให้มีการกำหนดผู้ที่รับผิดชอบการให้ข้อมูลกับบุคคลภายนอก โดยเป็นผู้ที่มีความเหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ เข้าใจธุรกิจของบริษัทฯ รวมทั้งวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก ค่านิยม และสามารถสื่อสารกับตลาดทุนได้เป็นอย่างดี
- 7.5.3) คณะกรรมการจะดูแลให้ฝ่ายจัดการกำหนดทิศทางและสนับสนุนงานด้านนักกลางทุนสัมพันธ์ เช่น การจัดให้มีหลักปฏิบัติในการให้ข้อมูล นโยบายการใช้ข้อมูลภายใน รวมทั้งกำหนดหน้าที่และ

ความรับผิดชอบของนักลงทุนสัมพันธ์ให้ชัดเจน เพื่อให้การสื่อสารและการเปิดเผยข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

• หลักปฏิบัติ 7.6

คณะกรรมการจะส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล

7.6.1) นอกจากการเผยแพร่ข้อมูลตามเกณฑ์ที่กำหนดและผ่านช่องทางของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแล้ว คณะกรรมการจะพิจารณาให้มีการเปิดเผยข้อมูลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษผ่านช่องทางอื่นด้วย เช่น Website ของบริษัทฯ โดยกระทำอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเปิดเผยข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้บน Website ของบริษัทฯ

- (1) วัตถุประสงค์และค่านิยมของบริษัทฯ
- (2) ลักษณะการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ
- (3) รายชื่อคณะกรรมการและผู้บริหาร
- (4) จงบการเงินและรายงานเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานทั้งฉบับปัจจุบัน และของปีก่อนหน้า
- (5) แบบ 56-1 และรายงานประจำปี ที่สามารถให้ดาวน์โหลดได้
- (6) ข้อมูลหรือเอกสารอื่นใดที่บริษัทฯ นำเสนอต่อนักวิเคราะห์ ผู้จัดการกองทุน หรือ สื่อต่างๆ
- (7) โครงสร้างการถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม
- (8) โครงสร้างกลุ่มบริษัทฯ รวมถึงบริษัทย่อย บริษัทร่วม บริษัทร่วมค้าและ special purpose enterprises/vehicles (SPEs/SPVs)
- (9) กลุ่มผู้ถือหุ้นรายใหญ่ทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 5 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดและมีสิทธิออกเสียง
- (10) การถือหุ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมของกรรมการ ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ผู้บริหารระดับสูง
- (11) หนังสือเชิญประชุมสามัญและวิสามัญผู้ถือหุ้น
- (12) ข้อบังคับของบริษัทฯ หนังสือบริคณห์สนธิ
- (13) นโยบายการกำกับดูแลกิจการของบริษัทฯ นโยบายการต่อต้านคอร์รัปชัน นโยบายรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และนโยบายด้านบริหารความเสี่ยง
- (14) กฎบัตร หรือหน้าที่ความรับผิดชอบ คุณสมบัติ วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการ รวมถึงเรื่องที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ กฎบัตร หรือหน้าที่ความรับผิดชอบ คุณสมบัติ วาระการดำรงตำแหน่งของคณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน
- (15) จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ
- (16) ข้อมูลติดต่อหน่วยงานหรือโรงเรียน หรือบุคคลที่รับผิดชอบงานนักลงทุนสัมพันธ์ เลขานุการบริษัท เช่น ชื่อบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล

หลักปฏิบัติ 8 : สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการสื่อสารกับผู้ถือหุ้น

• หลักปฏิบัติ 8.1

คณะกรรมการจะดูแลให้มั่นใจว่า ผู้ถือหุ้นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญของบริษัทฯ

- 8.1.1) คณะกรรมการจะดูแลให้เรื่องสำคัญ ทั้งประเด็นที่กำหนดในกฎหมายและประเด็นที่อาจมีผลกระทบต่อทิศทางการดำเนินงานของบริษัทฯ ได้ผ่านการพิจารณา และ/หรือการอนุมัติของผู้ถือหุ้น โดยเรื่องสำคัญดังกล่าวถูกบรรจุเป็นวาระการประชุมผู้ถือหุ้น
- 8.1.2) คณะกรรมการจะสนับสนุนการมีส่วนร่วมของผู้ถือหุ้น เช่น
 - (1) การกำหนดหลักเกณฑ์การให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยสามารถเสนอเพิ่มวาระการประชุมล่วงหน้า ก่อนวันประชุมผู้ถือหุ้น โดยคณะกรรมการจะพิจารณาบรรจุเรื่องที่ผู้ถือหุ้นเสนอเป็นวาระการประชุม ซึ่งหากกรณีคณะกรรมการปฏิเสธเรื่องที่ผู้ถือหุ้นเสนอบรรจุเป็นวาระ คณะกรรมการต้องแจ้งเหตุผลให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นทราบ
 - (2) หลักเกณฑ์การให้ผู้ถือหุ้นส่วนน้อยเสนอข้อมูลเพื่อเข้าดำรงตำแหน่งกรรมการ ทั้งนี้ คณะกรรมการจะดูแลให้มีการเปิดเผยหลักเกณฑ์ดังกล่าวให้ผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้า
- 8.1.3) คณะกรรมการจะดูแลให้หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นมีข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเพียงพอต่อการใช้สิทธิของผู้ถือหุ้น
- 8.1.4) คณะกรรมการจะดูแลให้มีการส่งหนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นพร้อมเอกสารที่เกี่ยวข้อง และเผยแพร่บน website ของบริษัทฯ อย่างน้อยสิบสี่ (14) วันก่อนวันประชุม
- 8.1.5) คณะกรรมการจะเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นส่งคำถามล่วงหน้าก่อนวันประชุม โดยกำหนดหลักเกณฑ์การส่งคำถามล่วงหน้า และเผยแพร่หลักเกณฑ์ดังกล่าวไว้บน website ของบริษัทฯ ด้วย
- 8.1.6) หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้นและเอกสารที่เกี่ยวข้องจะถูกจัดทำเป็นภาษาอังกฤษทั้งฉบับ และเผยแพร่พร้อมทั้งฉบับภาษาไทย

ทั้งนี้ หนังสือนัดประชุมผู้ถือหุ้น ประกอบด้วยข้อความดังต่อไปนี้

 - (1) วัน เวลา และสถานที่จัดประชุมผู้ถือหุ้น
 - (2) วาระการประชุม โดยระบุว่า เป็นวาระเพื่อทราบหรือเพื่ออนุมัติ รวมทั้งแบ่งเป็นเรื่องๆ อย่างชัดเจน เช่น ในวาระที่เกี่ยวกับกรรมการ ได้แยกเรื่องการเลือกตั้งกรรมการและการอนุมัติคำตอบแทนกรรมการเป็นแต่ละวาระ
 - (3) วัตถุประสงค์และเหตุผล และความเห็นของคณะกรรมการในแต่ละวาระการประชุมที่เสนอ ซึ่งรวมถึง
 - (3.1) วาระอนุมัติจ่ายปันผล – นโยบายการจ่ายเงินปันผล อัตราเงินปันผลที่เสนอจ่าย พร้อมทั้งเหตุผลและข้อมูลประกอบ ในกรณีที่เสนอให้งดจ่ายปันผล ให้อธิบายเหตุผลและข้อมูลประกอบ
 - (3.2) วาระแต่งตั้งกรรมการ – ระบุชื่อ อายุ ประวัติการศึกษาและการทำงาน จำนวนบริษัทจดทะเบียนและบริษัทฯ ที่ว่ไปที่ดำรงตำแหน่งกรรมการ หลักเกณฑ์และวิธีการสรรหาประเภทของกรรมการที่เสนอ และในกรณีที่เป็นการเสนอซื้อกรรมการเดิมกลับเข้ามาดำรงตำแหน่งอีกครั้งให้ระบุข้อมูลการเข้าร่วมประชุมปีที่ผ่านมา และวันที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการของบริษัทฯ

- (3.3) วาระอนุมัติค่าตอบแทนกรรมการ – นโยบายและหลักเกณฑ์ในการกำหนดค่าตอบแทนของกรรมการแต่ละตำแหน่ง และค่าตอบแทนกรรมการทุกรูปแบบทั้งที่เป็นตัวเงินและสิทธิประโยชน์อื่นๆ
- (3.4) วาระแต่งตั้งผู้สอบบัญชี – ชื่อผู้สอบบัญชี บริษัทฯ ที่สังกัด ประสบการณ์ทำงาน ความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี ค่าสอบบัญชีและค่าบริการอื่น
- (4) หนังสือมอบฉันทะตามแบบที่กระทรวงพาณิชย์กำหนด
- (5) ข้อมูลประกอบการประชุมอื่นๆ เช่น ขั้นตอนการออกเสียงลงคะแนน การนับและแจ้งผลคะแนนเสียง สิทธิของหุ้นแต่ละประเภทในการลงคะแนนเสียง ข้อมูลของกรรมการอิสระที่บริษัทฯ เสนอเป็นผู้รับมอบฉันทะจากผู้ถือหุ้น เอกสารที่ผู้ถือหุ้นต้องแสดงก่อนเข้าประชุมเอกสารประกอบการมอบฉันทะ และแผนที่ของสถานที่จัดประชุม เป็นต้น

• หลักปฏิบัติ 8.2

คณะกรรมการจะดูแลให้การดำเนินการในวันประชุมผู้ถือหุ้นเป็นไปด้วยความเรียบร้อย โปร่งใสมีประสิทธิภาพ และเอื้อให้ผู้ถือหุ้นสามารถใช้สิทธิของตน

- 8.2.1) คณะกรรมการจะกำหนดวัน เวลา และสถานที่ประชุม โดยคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าร่วมประชุมของผู้ถือหุ้น เช่น ช่วงเวลาการประชุมที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการอภิปราย สถานที่จัดประชุมที่สะดวกต่อการเดินทาง เป็นต้น
- 8.2.2) คณะกรรมการจะดูแลไม่ให้เกิดการกระทำใดๆ ที่เป็นการจำกัดโอกาสการเข้าประชุมหรือสร้างภาระให้ผู้ถือหุ้นจนเกินควร เช่น ไม่กำหนดให้ผู้ถือหุ้นหรือผู้รับมอบฉันทะต้องนำเอกสารหรือหลักฐานแสดงตนเกินกว่าที่กำหนดไว้ในแนวทางปฏิบัติของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง
- 8.2.3) คณะกรรมการจะส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการประชุมผู้ถือหุ้น ทั้งการลงคะแนนเสียงผู้ถือหุ้น การนับคะแนนและแสดงผล เพื่อให้การดำเนินการประชุมสามารถกระทำได้รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ
- 8.2.4) ประธานกรรมการเป็นประธานที่ประชุมผู้ถือหุ้น มีหน้าที่ดูแลให้การประชุมให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และข้อบังคับของบริษัทฯ จัดสรรเวลาสำหรับแต่ละวาระการประชุมที่กำหนดไว้ในหนังสือนัดประชุมอย่างเหมาะสม และเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นแสดงความคิดเห็นและตั้งคำถามต่อที่ประชุมในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ
- 8.2.5) เพื่อให้ผู้ถือหุ้นสามารถร่วมตัดสินใจในเรื่องสำคัญได้ กรรมการในฐานะผู้เข้าร่วมประชุมและในฐานะผู้ถือหุ้นไม่สนับสนุนการเพิ่มวาระการประชุมที่ไม่ได้แจ้งเป็นการล่วงหน้าโดยไม่จำเป็น โดยเฉพาะวาระสำคัญที่ผู้ถือหุ้นต้องใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ
- 8.2.6) สนับสนุนให้กรรมการทุกคนและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการประชุม เพื่อผู้ถือหุ้นสามารถซักถามในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้
- 8.2.7) ก่อนเริ่มการประชุม ให้บริษัทฯ แจ้งผู้ถือหุ้นให้ทราบถึงจำนวนและสัดส่วนของผู้ถือหุ้นที่เข้าร่วมประชุมด้วยตนเองและของผู้ถือหุ้นที่มอบฉันทะ วิธีการประชุม การลงคะแนนเสียงและการนับคะแนนเสียง
- 8.2.8) ในกรณีที่วาระใดมีหลายรายการ ประธานที่ประชุมจะจัดให้มีการลงมติแยกในแต่ละรายการ เช่น ผู้ถือหุ้นใช้สิทธิในการแต่งตั้งกรรมการเป็นรายบุคคลในวาระการแต่งตั้งกรรมการ
- 8.2.9) คณะกรรมการจะสนับสนุนให้มีการใช้บัตรลงคะแนนเสียงในวาระที่สำคัญ และส่งเสริมให้มีบุคคลที่เป็นอิสระเป็นผู้ตรวจนับหรือตรวจสอบคะแนนเสียงในการประชุม และเปิดเผยผลการลงคะแนนที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และงดออกเสียง ในแต่ละวาระให้ที่ประชุมทราบพร้อมทั้งบันทึกไว้ในรายงานการประชุม

• หลักปฏิบัติ 8.3

คณะกรรมการจะดูแลให้การเปิดเผยข้อมูลที่ประชุมและการจัดทำรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นเป็นไปอย่างถูกต้องและครบถ้วน

- 8.3.1) คณะกรรมการจะดูแลให้บริษัทฯ เปิดเผยข้อมูลที่ประชุมผู้ถือหุ้นพร้อมผลการลงคะแนนเสียงภายในวันทำการถัดไป ผ่านระบบข่าวของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบน website ของบริษัทฯ
- 8.3.2) คณะกรรมการจะดูแลให้การจัดส่งสำเนารายงานการประชุมผู้ถือหุ้นให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยภายในสิบสี่ (14) วันนับจากวันประชุมผู้ถือหุ้น
- 8.3.3) คณะกรรมการจะดูแลให้มีรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นได้บันทึกข้อมูลอย่างน้อยดังต่อไปนี้
 - (1) รายชื่อกรรมการและผู้บริหารที่เข้าประชุม และสัดส่วนกรรมการที่เข้าร่วมการประชุมไม่เข้าร่วมการประชุม
 - (2) วิธีการลงคะแนนและนับคะแนน มติที่ประชุม และผลการลงคะแนน (เห็นชอบ ไม่เห็นชอบงดออกเสียง) ของแต่ละวาระ
 - (3) ประเด็นคำถามและคำตอบในที่ประชุม รวมทั้งชื่อ-นามสกุลของผู้ถามและผู้ตอบ

1.2 จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct)

เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท มาร์เก็ต คอนเน็คชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) บริษัทฯ จึงมีการกำหนดมาตรฐานทางจริยธรรมโดยให้ผู้บริหารและพนักงานยึดถือและปฏิบัติตาม ควบคู่ไปกับข้อบังคับและระเบียบของบริษัทฯ โดยมุ่งหวังให้การบริหารและการปฏิบัติงานมีความโปร่งใส ชัดเจน เป็นธรรม มีประสิทธิภาพ ผดุงเกียรติและศักดิ์ศรี ควรแก่ความเชื่อมั่นและไว้วางใจของคู่ค้า ลูกค้าและประชาชน โดยมีเนื้อหาครอบคลุมในเรื่อง ดังนี้

จริยธรรมทางธุรกิจ

บริษัทฯ จะปฏิบัติและดูแลให้พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจโดยถือปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจ ดังต่อไปนี้

- 1) ประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต และดำเนินงานธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งทางกฎหมาย จรรยาบรรณ และมุ่งมั่นทำความดีต่อบุคคล กลุ่มชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม
- 2) ปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรมในเรื่องของสินค้าและบริการ โดยไม่เลือกปฏิบัติ
- 3) ประกอบธุรกิจโดยมีระบบการดำเนินงานที่มีมาตรฐานและมีการควบคุมที่ดี โดยใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ด้วยความระมัดระวัง ด้วยข้อมูลที่เพียงพอและมีหลักฐานสามารถอ้างอิงได้รวมทั้งถือปฏิบัติตามข้อกำหนดและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด
- 4) ไม่เปิดเผยข้อมูลของลูกค้าที่ตนได้ล่วงรู้มาเนื่องจากการดำเนินธุรกิจ อันเป็นข้อมูลที่ตามปกติวิสัยจะพึงสงวนไว้ไม่เปิดเผย เว้นแต่เป็นการเปิดเผย ตามหน้าที่ตามกฎหมาย
- 5) เปิดให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนได้เกี่ยวกับความไม่สมบูรณ์ของสินค้าและบริการ
- 6) เปิดเผยข่าวสารข้อมูลของสินค้าและบริการอย่างถูกต้องครบถ้วน
- 7) ปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขต่างๆ กับลูกค้าอย่างเป็นธรรม หากปฏิบัติตามข้อตกลงหรือเงื่อนไขไม่ได้ ต้องรับแจ้งให้ลูกค้าทราบ เพื่อหาทางออกร่วมกัน

1) ข้อพึงปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร

พนักงานระดับผู้บริหารทุกคนต้องปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ และคำสั่งต่างๆ ของบริษัทฯ และของผู้บังคับบัญชาในระดับเหนือขึ้นไป กล่าวคือ

- (1) ต้องสนับสนุนนโยบายและการปฏิบัติตามระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง ข้อตกลง ประกาศ หรือหนังสือเวียนของบริษัทฯ ซึ่งประกาศให้พนักงานทุกคนทราบโดยเคร่งครัด

- (2) ต้องปฏิบัติงานในหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและเที่ยงธรรม ตลอดจนต้องรายงานเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ชื่อเสียง และทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยเร็ว
- (3) ต้องสุภาพ ให้เกียรติ และให้ความนับถือต่อผู้ร่วมงาน
- (4) ต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตั้งใจ วิริยะอุตสาหะ รักษาระเบียบแบบแผนและธรรมาภิบาลของบริษัทฯ เพื่อเป็นแบบอย่างอันดีให้แก่พนักงานโดยทั่วไป เพื่อให้บริษัทฯ มีความก้าวหน้า และเป็นไปอย่างถูกต้องตามครรลองธรรม
- (5) ต้องรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์และความลับของบริษัทฯ ของลูกค้า หรือที่เกี่ยวกับกิจการใดๆ ที่บริษัทฯ ไม่พึงเปิดเผยโดยเคร่งครัด การเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ อันเกี่ยวกับธุรกิจการเงินและตัวบุคคลของบริษัทฯ จะต้องกระทำตามแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสมที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น และต้องกระทำด้วยความรอบคอบและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ตลอดระยะเวลาที่เป็นพนักงานของบริษัทฯ และภายหลังจากพ้นสภาพของพนักงานของบริษัทฯ พนักงานทุกคนตกลงจะรักษาข้อมูลอันเป็นความลับดังกล่าวข้างต้นไว้เป็นความลับ หากมีการเปิดเผยหรือส่งให้แก่ผู้อื่นหรือใช้ข้อมูลดังกล่าวในเรื่องอื่นใดนอกเหนือจากการปฏิบัติหน้าที่ให้กับบริษัทฯ พนักงานตกลงยินยอมรับผิดชอบการใช้ความเสียหายให้แก่บริษัทฯ ตามที่เกิดขึ้นจริงทุกประการ
- (6) ต้องช่วยกันระมัดระวังและป้องกันทรัพย์สินของบริษัทฯ โดยมีให้เสียหายหรือสูญหายไม่ว่าจากบุคคลหรือจากภัยพิบัติใดๆ เท่าที่สามารถจะทำได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งไม่นำสิ่งของใดๆ ไม่ว่าอุปกรณ์หรือทรัพย์สินของบริษัทฯ ไปใช้ประโยชน์ส่วนตัวหรือเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับ การดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ
- (7) บริหารงานโดยยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม รวมทั้งส่งเสริมให้มีคุณธรรมและจริยธรรมในระดับของบริษัทฯ ตลอดจนสอดส่องดูแลและจัดการแก้ปัญหาความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นในบริษัทฯ
- (8) ต้องปกครองดูแลผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด มีความยุติธรรม ไม่มีอคติ
- (9) ต้องพร้อมที่จะทำงานเป็นทีม และสามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- (10) ต้องปฏิบัติตาม ตลอดจนต้องสนับสนุน และช่วยควบคุมกำกับพนักงานในบังคับบัญชาให้ปฏิบัติตามระเบียบ วินัย และข้อกำหนดของบริษัทฯ ในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ อย่างเคร่งครัด เพื่อให้การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ เป็นไปตามกฎหมายคอมพิวเตอร์ กฎหมายลิขสิทธิ์ หรือกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และป้องกันมิให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของบริษัทฯ

2) ข้อไม่พึงปฏิบัติสำหรับผู้บริหาร

พนักงานระดับผู้บริหารทุกคนพึงงดเว้นไม่ปฏิบัติหรือประพฤติตนไปในทางที่จะนำไปสู่ความเสื่อมเสียของบริษัทฯ และของตนเอง กล่าวคือ

- (1) ใช้เวลาทำงานของบริษัทฯ ไปทำอย่างอื่น หรือใช้ประโยชน์ส่วนตัว
- (2) ประกอบกิจการอันมีสภาพเดียวกัน และเป็นการแข่งขันกับกิจการของบริษัทฯ ไม่ว่าจะทำเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือผู้อื่น หรือเป็นผู้ถือหุ้นที่มีอำนาจรอบงานจัดการ ซึ่งอาจเป็นผลเสียหายต่อบริษัทฯ ไม่ว่าโดยตรงหรืออ้อม
- (3) ประพฤติตนไปในทางที่อาจทำให้เสื่อมเสียต่อตำแหน่งหน้าที่และเกียรติคุณของบริษัทฯ
- (4) แฉงหรือใช้ข้อความที่เป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงที่ควรแจ้งต่อบริษัทฯ
- (5) ทำงานด้วยความประมาทเลินเล่อ กระทำการใดๆ อันไม่เหมาะสมแก่การปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารที่ดี เพื่อให้งานลุล่วงไปโดยถูกต้องและสุจริต

- (6) ปกปิด หรือบิดเบือนความจริงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ของตนเองหรือผู้อื่น ซึ่งอาจจะเป็นผลเสียหายต่อบริษัทฯ ไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม
- (7) ขัดขวาง หรือกระทำการใดๆ อันเป็นการขัดขวางการปฏิบัติงานโดยชอบของผู้มีอำนาจหน้าที่ในบริษัทฯ หรือออกคำสั่งใดๆ ให้พนักงานปฏิบัติในทางมิชอบหรือผิดจริยธรรม
- (8) ทำผิดกฎหมายแพ่งและกฎหมายอาญา อันส่งผลเสียหายให้แก่ตนเองหรือผู้อื่น ไม่ว่าโดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม
- (9) เปิดเผยค่าจ้างหรือเงินเดือน อัตราการขึ้นเงินเดือนของตนเองหรือของผู้อื่น ไม่ว่าโดยเจตนาหรือไม่ก็ตาม
- (10) เรียกรับ หรือยินยอมจะรับทรัพย์สินหรือประโยชน์อื่นใดจากลูกค้า ผู้ค้า คู่ค้า คู่แข่ง หรือบุคคลอื่นใด ที่ทำธุรกิจกับบริษัทฯ หรือการเลี้ยงรับรอง ซึ่งพิสูจน์ได้ว่าเกินกว่าความเหมาะสม ยกเว้นของขวัญตามประเพณีนิยม หรือการเลี้ยงรับรองทางธุรกิจตามปกติ หรือค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมธุรกิจ อันนำมาซึ่งชื่อเสียงทางการค้า เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนตามธรรมเนียมนิยม แต่หากสิ่งเหล่านั้นมีมูลค่าเกินกว่า 20,000 บาท ต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาระดับตั้งแต่ผู้บังคับบัญชาทราบทันที
- (11) ให้สินบนไม่ว่าโดยตรงหรือผ่านบุคคลที่สาม และ/หรือใช้อิทธิพลอย่างไม่ถูกต้องต่อตัวแทนของรัฐ ลูกค้าหรือคู่ค้า ซึ่งนับว่าเป็นการขัดแย้งต่อนโยบายของบริษัทฯ
- (12) กระทำการเพิ่มเติม ตัดทอนหรือแก้ไขด้วยประการใดๆ ในบันทึกหรือข้อมูลใดๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงหรือบิดเบือนผลการดำเนินงาน และการบันทึกบัญชีให้ผิดไปจากความเป็นจริงโดยเจตนา ไม่ว่าเพื่อจุดประสงค์ใดๆ ก็ตาม
- (13) ชำระเงิน หรือจัดการทางธุรกิจโดยมีเจตนา หรือทำให้เข้าใจได้ว่าส่วนหนึ่งของการชำระเงิน หรือการจัดการทางธุรกิจนั้นๆ มีจุดประสงค์อื่นนอกเหนือจากวัตถุประสงค์ที่ได้ระบุในเอกสารเพื่อการชำระเงินหรือการจัดการทางธุรกิจ
- (14) เป็นบุคคลที่มีหนี้สินล้นพ้นตัว หรือมีเหตุผลอย่างหนึ่งอย่างใดตามกฎหมายให้สันนิษฐานได้ว่ามีหนี้สินล้นพ้นตัว
- (15) ไม่รักษาข้อมูลทางทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ หรือที่บริษัทฯ ได้มาจากการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน
- (16) ลอกเลียนแบบผลงานและทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
- (17) กระทำการใดๆ อันเป็นการแสวงหาประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่นโดยมิชอบ
- (18) ให้นำหน่วยงานที่ไม่ใช่สายจัดซื้อขอการสนับสนุนจากผู้ค้าหรือคู่ค้า (หากมีความจำเป็นที่จะต้องขอการสนับสนุนดังกล่าวเพื่อประโยชน์ของบริษัทฯ ให้หน่วยงานต่างๆ หรือกับสายจัดซื้อเพื่อเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการ ยกเว้น การจัดกิจกรรมร่วมทางการตลาด ให้การตลาดของสายการตลาดและพัฒนาธุรกิจเป็นผู้รับผิดชอบ)
- (19) กระทำการอันเป็นการละเลย หรือเอื้ออำนวยแก่บุคคลใดๆ ที่จะเข้ามาแสวงหาประโยชน์ หรือเข้าถึงหรือรบกวนระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรคอมพิวเตอร์ของบริษัทฯ โดยมิชอบ หรือโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบริษัทฯ หรือจงใจ สนับสนุน ยินยอมให้เกิดขึ้นหรือมีอยู่ซึ่งการกระทำผิดของผู้ให้บริการ ตามกฎหมายคอมพิวเตอร์ หรือกฎหมายลิขสิทธิ์ หรือกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) การกำหนดโทษผู้บริหาร

- (1) การฝ่าฝืนที่ไม่ร้ายแรง: ผู้บริหารจะได้รับหนังสือเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งจะระบุลักษณะของการฝ่าฝืนรวมถึงมูลเหตุที่อาศัยเป็นหลักของการฝ่าฝืนนั้น โดยให้อโอกาสผู้บริหารดังกล่าวโต้แย้งข้อกล่าวหาดังกล่าวต่อผู้บังคับบัญชา หากไม่สามารถแก้ปัญหาก็ได้ ให้นำเสนอเรื่องดังกล่าวต่อ

คณะกรรมการบริษัทเพื่อพิจารณา และให้ถือคำตัดสินของคณะกรรมการบริษัทเป็นที่สิ้นสุด หากมีการฝ่าฝืนเป็นครั้งที่สอง หรือผู้บริหารไม่แก้ไขความผิดจากการฝ่าฝืนในครั้งแรกตามที่ได้รับหนังสือเตือนนั้น ผู้บริหารดังกล่าวจะถูกลงโทษทางวินัยอย่างเคร่งครัด ซึ่งอาจรวมถึงการเลิกจ้างได้

- (2) การฝ่าฝืนร้ายแรงซึ่งรวมถึงการฝ่าฝืนดังต่อไปนี้ เช่น การให้หรือการรับสินบน การฉ้อโกง การเปิดเผยข้อมูลความลับ หรือทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทฯ ต่อบุคคลที่สาม และการกระทำใดๆ ที่เสื่อมเสียต่อเกียรติคุณของบริษัทฯ หรือปกปิดหรือไม่รายงานข้อมูล การหาซื้อ หรือเอกสารสำคัญใดๆ ต่อผู้บังคับบัญชา บริษัทฯ อาจพิจารณาเลิกจ้างโดยไม่จ่ายค่าชดเชย และโดยไม่จำเป็นต้องออกหนังสือเตือนเป็นลายลักษณ์อักษรก่อน

4) ข้อพึงปฏิบัติสำหรับพนักงาน

เพื่อเป็นการเสริมสร้างการทำงานที่ดี มีประสิทธิภาพ พนักงานควรมีแนวทางปฏิบัติ ดังนี้

- (1) พนักงานพึงปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และด้วยความอุทิศสละ ขยันหมั่นเพียร และปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อตนเองและบริษัทฯ
- (2) พนักงานพึงประพฤติปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับในการทำงานของบริษัทฯ โดยเคร่งครัด
- (3) พนักงานพึงให้ความเคารพและเชื่อฟังผู้บังคับบัญชาที่สั่งการโดยชอบด้วยนโยบาย และระเบียบข้อบังคับของบริษัทฯ
- (4) พนักงานพึงมีความสมัคสมานสามัคคีต่อกัน และเอื้อเฟื้อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้ง ซึ่งจะนำไปสู่ความเสียหายต่อบุคคลอื่น และบริษัทฯ
- (5) พนักงานพึงเคารพสิทธิและให้เกียรติซึ่งกันและกันหลีกเลี่ยงการนำข้อมูลหรือเรื่องราวของผู้อื่น ทั้งในเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน และเรื่องส่วนตัวไปเปิดเผยหรือวิพากษ์วิจารณ์ในลักษณะที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งต่อพนักงาน และต่อบริษัทฯ
- (6) พนักงานพึงหลีกเลี่ยงการรับของขวัญใดๆ ที่อาจทำให้ตนเองรู้สึกอึดอัดในการปฏิบัติหน้าที่ในภายหน้า หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ให้แจ้งต่อผู้บังคับบัญชาทราบในทันที
- (7) พนักงานไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ หรือประโยชน์จากหน้าที่การงาน แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน หรือพรรคพวก หรือทำธุรกิจแข่งขันกับบริษัทฯ
- (8) พนักงานพึงปฏิบัติ ต่อลูกค้า คู่ค้า ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และด้วยความเสมอภาค
- (9) พนักงานพึงรักษาความลับของลูกค้า คู่ค้า และองค์การอย่างเคร่งครัด
- (10) พนักงานพึงรายงานเรื่องที่ได้รับการขอให้ผู้บังคับบัญชาโดยมิชักช้า เมื่อเรื่องที่รับทราบอาจมีผลกระทบต่อการทำงาน หรือชื่อเสียงของบริษัทฯ
- (11) พนักงานพึงรักษาคุณลักษณะประโยชน์ และทรัพย์สินของบริษัทฯ ให้มีสภาพดี ให้ได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ประหยัด มิให้สิ้นเปลือง สูญเปล่า เสียหาย หรือเสื่อมสลายก่อนเวลาอันสมควร

5) บทกำหนดโทษพนักงาน

กรณีที่พนักงานปฏิบัติตนในลักษณะที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทฯ ให้พิจารณาไปตามโครงสร้างการจัดองค์กรของบริษัทฯ และระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ทั้งนี้ ให้แต่ละฝ่ายงานเป็นผู้พิจารณาเองในเบื้องต้นและสรุปเรื่องส่งต่อให้ผู้บังคับบัญชาระดับสูงและสายงานที่เกี่ยวข้องต่อไป เพื่อตัดสินใจความผิดพร้อมทั้งระงับโทษตามความเหมาะสมต่อไป แต่หากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นรุนแรงและก่อให้เกิดความเสียหายเป็นอย่างมาก ไม่อาจอยู่ในวิสัยจรรยของต้นสังกัดได้ ก็ให้นำเรื่องเข้าสู่ฝ่ายบริหารของบริษัทฯ เพื่อพิจารณาหาข้อสรุปและกำหนดโทษต่อไป

การกำหนดโทษ

- (1) ตักเตือนด้วยวาจา
- (2) ตักเตือนด้วยหนังสือ
- (3) ตัดค่าจ้าง
- (4) พักงาน
- (5) เลิกจ้าง โดยไม่จ่ายค่าชดเชยภายใต้กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน
- (6) ดำเนินคดีตามกฎหมาย

1.3 ช่องทางการรับแจ้งเบาะแสหรือร้องเรียน มี 3 ช่องทาง ดังนี้

แจ้งทางอีเมล whistleblower@marketconnections.co.th

แจ้งผ่านคณะกรรมการตรวจสอบ โดยการส่งทางไปรษณีย์ ตามที่อยู่ 51/859 ซอยนวลจันทร์ 34 ถนนนวลจันทร์ ตำบลคลองจั่น อำเภอบึงกุ่ม จังหวัด กรุงเทพฯ 10230

ทางเว็บไซต์ของบริษัทฯ <https://www.marketconnectionsasia.com/>

โดยนโยบายและแนวปฏิบัติการทำกับดูแลกิจการฉบับเดิม และจรรยาบรรณธุรกิจของบริษัทฯ ในการประกอบธุรกิจฉบับนี้ อนุมัติโดยที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2566 และมีผลบังคับใช้ในวันเดียวกัน



เอกสารแนบ 6

รายงานคณะกรรมการตรวจสอบ



บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

รายงานของคณะกรรมการตรวจสอบ

คณะกรรมการตรวจสอบ บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชั่นส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและเป็นผู้มีความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์หลายด้าน ทั้งด้านการบัญชีการเงิน ด้านเศรษฐศาสตร์ และด้านการบริหารองค์กร โดยมีองค์ประกอบและคุณสมบัติตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลท.) ประกอบด้วยกรรมการอิสระจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

การเข้าร่วมการประชุมคณะกรรมการตรวจสอบในปี 2567

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง	การเข้าร่วมประชุม
1	รศ.ดร.นฤนาถ สราภัยวานิช	ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ	4/4
2	ดร.กนกพร สัยยะสิทธิพานิชย์	กรรมการตรวจสอบ	4/4
3	นางศรรัตน์ บุตรานนท์	กรรมการตรวจสอบ	4/4

ในระหว่างปี 2567 คณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่คณะกรรมการบริษัทมอบหมาย ตามกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ โดยคณะกรรมการตรวจสอบ ได้ประชุมรวม 4 ครั้ง กรรมการตรวจสอบได้เข้าร่วมประชุม โดยได้มีการหารือร่วมกับฝ่ายจัดการ ผู้ตรวจสอบภายใน และผู้สอบบัญชีในเรื่องที่เกี่ยวข้อง และได้สรุปรายงานผลการประชุมให้คณะกรรมการบริษัททราบ สรุปสาระสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบได้ดังนี้

1. รายงานทางการเงิน

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานงบการเงินรายไตรมาสและงบการเงินประจำปีของบริษัทกับผู้สอบบัญชี ผู้ตรวจสอบภายในและฝ่ายจัดการ โดยพิจารณาในประเด็นสำคัญเช่น ความถูกต้องของรายงานทางการเงิน รายการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการควบคุมภายในในการจัดทำงบการเงินของบริษัทมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับกฎหมาย กฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนี้คณะกรรมการตรวจสอบได้ประชุมร่วมกับผู้สอบบัญชีโดยไม่มีฝ่ายจัดการเข้าร่วมประชุมด้วย เพื่อซักถามประเด็นต่างๆอย่างเป็นอิสระจากผู้สอบบัญชี ปรากฏว่าผู้สอบบัญชีไม่มีข้อมูลหรือข้อสังเกตเป็นพิเศษจากการตรวจสอบแต่ประการใด



2. ระบบการควบคุมภายใน

คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณา คัดเลือกและแต่งตั้งบริษัท ออดิท เอ็นท์ จำกัด ปฏิบัติหน้าที่ในการตรวจสอบระบบการควบคุมภายใน โดยมีคุณธนา วงศ์แสงนาค เป็นผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ตรวจสอบภายในของบริษัท ประจำปี 2567 โดยคณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน ขอบเขตการปฏิบัติงาน แผนการตรวจสอบ รายงานผลการตรวจสอบ และการติดตามผลการแก้ไขตามรายงานการตรวจสอบ ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอ ผู้ตรวจสอบภายในยังให้คำแนะนำ แนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกลยุทธ์และความเสี่ยงขององค์กร

3. รายการที่เกี่ยวข้องหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

คณะกรรมการตรวจสอบยึดหลักความระมัดระวัง ความโปร่งใส เกี่ยวกับรายการที่เกี่ยวข้องกันหรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลอย่างเพียงพอเพื่อให้มั่นใจได้ว่าบริษัทได้ดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายและข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต.ล.ท.) และสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และมีความเหมาะสมผล เป็นประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ ตลอดจนผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ

4. การบริหารความเสี่ยง

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานการบริหารความเสี่ยงทุกไตรมาส เพื่อให้มั่นใจว่ามีระบบการบริหารความเสี่ยงที่ความเหมาะสมและเพียงพอกับสภาพการดำเนินธุรกิจโดยมีการประเมินความเสี่ยงการบริหารความเสี่ยง และการติดตามความคืบหน้า รวมทั้งมีการทบทวนความเสี่ยงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสม่ำเสมอ

5. การปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนด

คณะกรรมการตรวจสอบได้สอบทานการดำเนินงานของบริษัทว่าเป็นไปตามพรบ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมถึงกฎหมายอื่นที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท เพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานของบริษัทมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการควบคุม และการติดตามในประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญ

ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบเห็นว่า จากการสอบทานไม่พบเหตุการณ์ใดที่มีเจตนาละเว้นไม่ปฏิบัติตาม หรือการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ขัดแย้งกับระเบียบ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อย่างมีนัยสำคัญ



บริษัท มาร์เก็ต คอนเนกชันส์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

6. การพิจารณาแต่งตั้งผู้สอบบัญชีและคำสอบบัญชีประจำปี

คณะกรรมการตรวจสอบได้คัดเลือกผู้สอบบัญชีโดยพิจารณาถึงความรู้ความสามารถ ความเข้าใจ ในธุรกิจของบริษัท ประสิทธิภาพและคุณภาพงานของผู้สอบบัญชี ตามข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์ฯ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้สอบบัญชีมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง

ทั้งนี้คณะกรรมการตรวจสอบได้คัดเลือกบริษัท สยาม ทูธ สอบบัญชี จำกัด พร้อมทั้งพิจารณา ค่าตอบแทนการตรวจสอบงบการเงินสำหรับปี 2567 โดยนำเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทและนำเสนอขอ อนุมัติต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2567 ตามขั้นตอน โดยมีมติแต่งตั้งบริษัท สยาม ทูธ สอบบัญชี จำกัด โดยมีรายชื่อผู้สอบบัญชีของบริษัท ดังนี้

1. นายบรรจง พิษณุประสาธน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 7147 และ/หรือ
2. นางสาวเขมนันท์ ใจชื่น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 8260

โดยสรุปคณะกรรมการตรวจสอบได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นอิสระ และปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับ มอบหมายจากคณะกรรมการบริษัท ตามกฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบที่ได้กำหนดไว้อย่างเพียงพอ และครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คณะกรรมการตรวจสอบมี ความเห็นว่าการบริหารและการดำเนินงานของบริษัทมีการพัฒนาด้านกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่อง มีการ รายงานทางการเงินที่ถูกต้องเปิดเผยอย่างเพียงพอ มีระบบการควบคุมภายใน มีระบบการบริหารความเสี่ยง และการตรวจสอบที่เหมาะสม เชื่อถือได้ ตลอดจนบริษัทมีการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดกฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ

ในนามคณะกรรมการตรวจสอบ

(รศ.ดร.นฤนาถ สราภัยวานิช)

ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ

วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2568

เอกสารแนบ 7

แบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในของบริษัทฯ

แบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

บริษัท มาร์เก็ต คอนเน็กซ์ เอเชีย จำกัด (มหาชน)

**แบบประเมินนี้จัดทำโดยคณะกรรมการบริษัท
ซึ่งเป็นความเห็นของคณะกรรมการเกี่ยวกับความเพียงพอของ
ระบบการควบคุมภายใน**

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment)

1. องค์กรแสดงถึงความซื่อสัตย์ในคุณค่าของความซื่อตรง (Integrity) และจริยธรรม

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
1.1 คณะกรรมการและผู้บริหารกำหนดแนวทาง และมีการปฏิบัติที่อยู่บนหลักความซื่อตรง และการรักษา จรรยาบรรณในการดำเนินงาน ที่ครอบคลุมถึง 1.1.1 การปฏิบัติหน้าที่ประจำวัน และการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ 1.1.2 การปฏิบัติต่อผู้ค้า ลูกค้า และบุคคลภายนอก	✓ ✓		มีการจัดทำนโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณทางธุรกิจซึ่งครอบคลุมจริยธรรมทางธุรกิจ ซึ่งได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทเมื่อ 11 ส.ค. 2566 และนโยบายจัดการด้านความยั่งยืน (ESG) อนุมัติจาก BOD เมื่อ 11 ส.ค. 66	- นโยบายกำกับดูแลกิจการที่ดี - จรรยาบรรณฯ - นโยบาย ESG
1.2 มีข้อกำหนดที่เป็นลายลักษณ์อักษร ให้ผู้บริหารและพนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อตรง และรักษา จรรยาบรรณ ที่ครอบคลุมถึง 1.2.1 มีข้อกำหนดเกี่ยวกับจริยธรรม (Code of Conduct) สำหรับผู้บริหารและพนักงานที่เหมาะสม 1.2.2 มีข้อกำหนดห้ามผู้บริหารและพนักงานปฏิบัติตนในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับกิจการ ซึ่งรวมถึงการห้ามคอร์รัปชันอันทำให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร 1.2.3 มีบทลงโทษที่เหมาะสมหากมีการฝ่าฝืนข้อกำหนดข้างต้น 1.2.4 มีการสื่อสารข้อกำหนดและบทลงโทษข้างต้น ให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนรับทราบ เช่น รวมอยู่ในการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ ให้พนักงานลงนามรับทราบข้อกำหนดและบทลงโทษเป็นประจำทุกปี รวมทั้งมีการเผยแพร่ Code of Conduct ให้แก่พนักงานและบุคคลภายนอกได้รับทราบ	✓ ✓ ✓ ✓		บริษัทได้จัดทำจรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) ซึ่งครอบคลุม จริยธรรมทางธุรกิจ ข้อพึงปฏิบัติและไม่พึงปฏิบัติ สำหรับผู้บริหารและพนักงาน และบทกำหนดโทษผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงมีนโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ โดยได้ให้ผู้บริหารและพนักงานลงชื่อรับทราบและยึดถือปฏิบัติตาม Code of Conduct แล้ว และได้แจ้งให้พนักงานใหม่รับทราบในการปฐมนิเทศด้วย รวมถึงบริษัทได้มีการเผยแพร่จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) ให้บุคคลภายนอกได้รับทราบนโยบายผ่านเว็บไซต์ของบริษัท	- จรรยาบรรณทางธุรกิจ (Code of Conduct) - นโยบายการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
1.3 มีกระบวนการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตาม Code of Conduct 1.3.1 การติดตามและประเมินผลโดยหน่วยงานตรวจสอบภายใน หรือหน่วยงานกำกับดูแลการปฏิบัติ (Compliance Unit) 1.3.2 การประเมินตนเองโดยผู้บริหารและพนักงาน 1.3.3 การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นอิสระจากภายนอกองค์กร	✓		บริษัทจัดให้มีกระบวนการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตาม Code of Conduct โดยกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานประเมินตนเอง ซึ่งได้ประเมินทางออนไลน์ใน Google Form	การติดตามประเมินผล การปฏิบัติตาม Code of Conduct

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
1.4 มีการจัดการอย่างทันเวลา หากพบการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดเกี่ยวกับความซื่อตรงและการรักษา จรรยาบรรณ			บริษัทกำหนดให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนต้องยึดถือและปฏิบัติตามจรรยาบรรณทางธุรกิจควบคู่ไปกับข้อบังคับการทำงานและระเบียบของบริษัท หากพบผู้ใดกระทำการฝ่าฝืนข้อกำหนดในจรรยาบรรณทางธุรกิจ บริษัทจะลงโทษผู้ฝ่าฝืนตามบทกำหนดโทษที่ได้ระบุไว้ในจรรยาบรรณทางธุรกิจ ซึ่งเริ่มตั้งแต่การตักเตือนด้วยวาจาและด้วยหนังสือ การตัดค่าจ้าง การพักงาน การเลิกจ้าง และการดำเนินคดีตามกฎหมาย	- จรรยาบรรณทางธุรกิจ - รายงานการตรวจพบการกระทำฝ่าฝืนจรรยาบรรณทางธุรกิจ
1.4.1 มีกระบวนการที่ทำให้สามารถตรวจพบการฝ่าฝืนได้ภายในเวลาที่เหมาะสม	✓			
1.4.2 มีกระบวนการที่ทำให้สามารถลงโทษหรือจัดการกับการฝ่าฝืนได้อย่างเหมาะสม และภายในเวลาอันควร	✓			
1.4.3 มีการแก้ไขการกระทำที่ขัดต่อหลักความซื่อตรงและการรักษาจรรยาบรรณอย่างเหมาะสม และภายในเวลาอันควร	✓			

2. คณะกรรมการมีความเป็นอิสระจากฝ่ายบริหาร และทำหน้าที่กำกับดูแล (Oversight) และพัฒนาการดำเนินการด้านการควบคุมภายใน

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
2.1 มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการแยกจากฝ่ายบริหาร โดยได้สงวนสิทธิ์อำนาจเฉพาะของ คณะกรรมการบริษัทไว้อย่างชัดเจน	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 เมื่อ 4 เม.ย. 66 อนุมัติกฎบัตรของคณะกรรมการบริษัท และขอบเขตอำนาจหน้าที่ของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ซึ่งกำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัทแยกจากฝ่ายบริหารไว้อย่างชัดเจน	- กฎบัตรคณะกรรมการฯ - รายงานการประชุมฯ
2.2 คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลให้มีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนและวัดผลได้ เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของผู้บริหารและพนักงาน	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 5/2567 เมื่อ 14 พ.ย. 66 อนุมัตินโยบายการจัดทำงบประมาณ และอนุมัติงบประมาณประจำปี 2567 ตามที่ฝ่ายบริหารเสนอ เพื่อกำกับดูแลให้มีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนและวัดผลได้	- นโยบายและงบประมาณประจำปี 2567

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
2.3 คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลให้บริษัทกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการและผู้บริหารให้ถูกต้องตามกฎหมาย กฎบัตร ซึ่งครอบคลุมบทบาทที่สำคัญของคณะกรรมการตรวจสอบ ผู้สอบบัญชี ผู้ตรวจสอบภายใน และผู้รับผิดชอบต่อรายงานทางการเงิน	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 เมื่อ 4 เม.ย. 66 ได้มีมติอนุมัติกฎบัตรของคณะกรรมการบริหาร กฎบัตรของคณะกรรมการตรวจสอบ กฎบัตรของคณะกรรมการสรรหา และกำหนดค่าตอบแทน และขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ไว้แล้วอย่างชัดเจน	กฎบัตรหรือขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการชุดย่อยต่างๆ
2.4 คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจของบริษัท และมีความเชี่ยวชาญที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท หรือสามารถขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ ได้	✓		คณะกรรมการบริษัทมี 8 คน ประกอบด้วย กรรมการบริหาร 5 คน และกรรมการอิสระ 3 คน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์สูงที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท	ข้อมูลประวัติคณะกรรมการบริษัท
2.5 คณะกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการอิสระที่มีความรู้ ความสามารถน่าเชื่อถือ และมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่อย่างแท้จริง เช่น ไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับบริษัท ไม่มีความสัมพันธ์อื่นใดอันอาจมีอิทธิพลต่อการใช้ดุลยพินิจและปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นอิสระ ในจำนวนที่เหมาะสมเพียงพอ	✓		บริษัทมีกรรมการอิสระ 3 คน จากกรรมการทั้งหมด 8 คน ซึ่งไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์สูง และมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติหน้าที่	ข้อมูลประวัติของกรรมการอิสระ
2.6 คณะกรรมการบริษัทกำกับดูแลการพัฒนาและปฏิบัติเรื่องการควบคุมภายในองค์กรซึ่งครอบคลุมทั้งการสร้างสภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม ข้อมูลและการสื่อสาร และการติดตาม	✓		คณะกรรมการตรวจสอบกำหนดให้ผู้ตรวจสอบภายในจัดทำแบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายในตามแนวทางของ COSO (5 หมวด 17 หลักการ) เป็นประจำทุกปีเพื่อรายงานผลการประเมินให้คณะกรรมการบริษัทรับทราบ	แบบประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

3. ฝ่ายบริหารได้จัดทำให้มีโครงสร้างสายการรายงาน การกำหนดอำนาจในการสั่งการและความรับผิดชอบที่เหมาะสมเพื่อให้้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ภายใต้การกำกับดูแล (Oversight) ของคณะกรรมการ

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
3.1 ผู้บริหารระดับสูงกำหนดโครงสร้างองค์กรที่สนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมทั้งทางธุรกิจและกฎหมาย รวมถึงการจัดให้มีการควบคุมภายในอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น แบ่งแยกหน้าที่ในส่วนงานที่สำคัญ ซึ่งทำให้เกิดการตรวจสอบถ่วงดุลระหว่างกัน มีงานตรวจสอบภายในที่ขึ้นตรงกับกรรมการตรวจสอบ และมีสายการรายงานที่ชัดเจน เป็นต้น	✓		ฝ่ายบริหารได้จัดทำให้มีระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสม มีการแบ่งแยกหน้าที่ให้ตรวจสอบซึ่งกันและกันได้ โดยให้ผู้ตรวจสอบภายในขึ้นตรงกับคณะกรรมการตรวจสอบ และรายงานผลการตรวจโดยตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ	- ผังโครงสร้างองค์กร - ใบกำหนดหน้าที่งาน
3.2 ผู้บริหารระดับสูงกำหนดสายการรายงานในบริษัทโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ และการสื่อสารข้อมูล	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2567 เมื่อ 12 พ.ย. 67 ได้อนุมัติผังโครงสร้างองค์กรของบริษัท (Organization Chart) โดยมีสายการบังคับบัญชาและสายการรายงานอย่างชัดเจน	ผังโครงสร้างองค์กร และการรายงาน
3.3 มีการกำหนด มอบหมาย และจำกัดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างเหมาะสม ระหว่างคณะกรรมการบริษัท ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหาร และพนักงาน	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2567 เมื่อ 12 พ.ย. 67 อนุมัติระเบียบอำนาจอนุมัติของบริษัท (Levels of Authority) โดยกำหนดวงเงินอนุมัติธุรกรรมภายในบริษัทไว้อย่างชัดเจน	อำนาจอนุมัติตามลำดับชั้นของผู้บริหาร

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

4. องค์กรแสดงถึงความมุ่งมั่นในการมุ่งใจ พัฒนาและรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
4.1 บริษัทมีนโยบายและวิธีการปฏิบัติเพื่อจัดหา พัฒนา และรักษาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสม และมีกระบวนการสอบทานนโยบายและวิธีการปฏิบัตินั้นอย่างสม่ำเสมอ	✓		บริษัทมีระเบียบปฏิบัติให้แผนกทรัพยากรบุคคลฯ ดำเนินการสรรหาและว่าจ้างพนักงานตามที่ระบุที่กำหนดไว้ และมีระเบียบเรื่อง การฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนทักษะการทำงานให้บุคลากร โดยมีการทบทวนวิธีปฏิบัติให้เหมาะสมอยู่เสมอ	คู่มือ/ระเบียบปฏิบัติงานในการบริหารงานบุคคล
4.2 บริษัทมีกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน การให้แรงจูงใจ หรือรางวัลต่อบุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานดี และการจัดการต่อบุคลากรที่มีผลงานไม่บรรลุเป้าหมาย รวมถึง การสื่อสารกระบวนการเหล่านี้ให้ผู้บริหารและพนักงานทราบ	✓		บริษัทได้ประกาศข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานให้พนักงานทุกคนรับทราบ โดยบริษัทมีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีเพื่อพิจารณาปรับขึ้นเงินเดือนและจ่ายเงิน โบนัส	ระเบียบของแผนกทรัพยากรบุคคล
4.3 บริษัทมีกระบวนการแก้ไขปัญหาหรือเตรียมพร้อมสำหรับการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมอย่างทันเวลา	✓		บริษัทมีการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ ในกรณีที่พนักงานลาออก แผนกทรัพยากรบุคคลจะสรรหาพนักงานตามคุณสมบัติที่ต้องการให้ทันเวลา	ระเบียบของแผนกทรัพยากรบุคคล
4.4 บริษัทมีกระบวนการสรรหา พัฒนา และรักษาผู้บริหารและพนักงานทุกคน เช่น การจัดระบบที่ปรึกษา (mentoring) และการฝึกอบรม	✓		บริษัทมีนโยบายการพัฒนาบุคลากร และมีระเบียบปฏิบัติเรื่อง การฝึกอบรม โดยแผนกทรัพยากรบุคคลจัดทำแผนการฝึกอบรมประจำปี เพื่อเพิ่มพูนทักษะการทำงานให้พนักงาน	นโยบายการพัฒนาบุคลากรระเบียบปฏิบัติ
4.5 บริษัทมีแผนและกระบวนการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) ที่สำคัญ	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 เมื่อ 4 เม.ย. 66 ได้อนุมัตินโยบายการสรรหาผู้บริหารมาสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ ซึ่งครอบคลุมการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่าย โดยกำหนดกระบวนการสรรหาผู้บริหารมาสืบทอดตำแหน่งไว้ชัดเจน	นโยบายการสรรหาผู้บริหารมาสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

5. องค์กรกำหนดให้บุคลากรมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมภายใน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
5.1 คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารมีกระบวนการและการสื่อสารเชิงบังคับให้บุคลากรทุกคนมีความรับผิดชอบต่อการควบคุมภายใน และจัดให้มีการปรับปรุงแก้ไขกระบวนการปฏิบัติ ในกรณีที่เป็น	✓		คณะกรรมการและฝ่ายบริหารกำกับทุกหน่วยงานต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมภายใน และแก้ไขข้อบกพร่องที่พบจากการตรวจสอบให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาอันควร	- ระเบียบปฏิบัติ - รายงานแก้ไขข้อบกพร่อง
5.2 คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน การสร้างแรงจูงใจ และการให้รางวัลที่เหมาะสม โดยพิจารณาทั้งเรื่องการปฏิบัติตาม Code of Conduct และวัตถุประสงค์ในระยะสั้น และระยะยาวของบริษัท	✓		บริษัทได้กำหนดหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยได้นำเรื่องการปฏิบัติตาม Code of Conduct มาเป็นปัจจัยหนึ่งในการประเมินผลงาน	หลักเกณฑ์ประเมินผล การปฏิบัติงาน
5.3 คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารประเมินแรงจูงใจและการให้รางวัลอย่างต่อเนื่องโดยเน้นให้สามารถเชื่อมโยงกับความสำเร็จของหน้าที่ในการปฏิบัติตามการควบคุมภายในด้วย	✓		การประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อปรับขึ้นเงินเดือนประจำปี และให้เงิน โบนัส ฝ่ายบริหารจะพิจารณาจากความสำเร็จของงานและการปฏิบัติหน้าที่ตามระบบการควบคุมภายในด้วย	หลักเกณฑ์การประเมินผลงานประจำปี
5.4 คณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารได้พิจารณาไม่ให้มีการสร้างแรงกดดันที่มากเกินไปในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร	✓		ในการกำหนดเป้าหมายของบริษัท ฝ่ายบริหารได้พิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีการทบทวนเป้าหมายให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถดำเนินงาน ได้ถึงเป้าหมายภายใต้ข้อจำกัดที่มี	นโยบายจัดทำงบประมาณ และหลักเกณฑ์การประเมินผล การปฏิบัติงาน

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment)

6. องค์กรกำหนดวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจนเพียงพอ เพื่อให้สามารถระบุและประเมินความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
6.1 บริษัทสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป และเหมาะสมกับธุรกิจ ในขณะที่นั้น โดยแสดงได้ว่ารายการในรายงานทางการเงินมีตัวตนจริง ครบถ้วน แสดงถึงสิทธิหรือภาระผูกพันของบริษัทได้ถูกต้อง มีมูลค่าเหมาะสม และเปิดเผยข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง	✓		งบการเงินของบริษัทได้จัดทำบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการรายงานทางการเงินของไทย (TFRS) ซึ่งได้แสดงข้อมูลทางการเงินอย่างถูกต้องและเปิดเผยอย่างเพียงพอ โดยเสนอ BOD อนุมัตินโยบายบัญชีเมื่อวันที่ 4 เม.ย. 2566	นโยบายการบัญชีและงบการเงินประจำปี 2566
6.2 บริษัทกำหนดสาระสำคัญของรายการทางการเงิน โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่สำคัญ เช่น ผู้ใช้รายงานทางการเงิน ขนาดของรายการ แนวโน้มของธุรกิจ	✓		บริษัทกำหนดสาระสำคัญของงบการเงิน โดยพิจารณาปัจจัยที่สำคัญต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินได้ทราบข้อมูลครบถ้วน	งบการเงินประจำปี 2566
6.3 รายงานทางการเงินของบริษัทสะท้อนถึงกิจกรรมการดำเนินงานของบริษัทอย่างแท้จริง	✓		งบการเงินของบริษัทได้แสดงรายการ โดยจำแนกรายได้และค่าใช้จ่ายตามลักษณะของการประกอบธุรกิจอย่างเหมาะสม	งบการเงินประจำปี 2566
6.4 คณะกรรมการหรือคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง อนุมัติและสื่อสารนโยบายการบริหารความเสี่ยงให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติ จนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมขององค์กร	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2566 เมื่อ 4 เม.ย. 66 มีมติอนุมัตินโยบายการบริหารความเสี่ยงและได้ประกาศให้พนักงานทุกคนรับทราบและถือปฏิบัติตามนโยบายบริหารความเสี่ยง รวมทั้งมีมติแต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง	นโยบายบริหารความเสี่ยงและกฎบัตรของคณะทำงานฯ

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

7. องค์การระบุและวิเคราะห์ความเสี่ยงทุกประเภทที่อาจกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ไว้อย่างครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
7.1 บริษัทระบุความเสี่ยงทุกประเภทซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทั้งระดับองค์กร หน่วยธุรกิจ ฝ่าย งาน และหน้าที่งานต่างๆ	✓		คณะทำงานบริหารความเสี่ยงได้ระบุปัจจัยเสี่ยงทุกประเภทที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจในทุกระดับขององค์กร (Enterprise Risk) โดยได้กำหนดผู้รับผิดชอบในการจัดการความเสี่ยงแต่ละประเภท (Risk Owner) ไว้แล้วอย่างชัดเจน	- ทะเบียนความเสี่ยง - การระบุปัจจัยเสี่ยง
7.2 บริษัทวิเคราะห์ความเสี่ยงทุกประเภทที่อาจเกิดจากทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งรวมถึงความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ การดำเนินงาน การรายงาน การปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	✓		บริษัทระบุความเสี่ยงตามประเภทกิจกรรมของบริษัท โดยแบ่งเป็น 9 กลุ่มความเสี่ยง ประกอบด้วย ความเสี่ยงเกี่ยวกับลูกค้า การปฏิบัติงานให้บริการ จัดซื้อ/จัดจ้าง งานด้านบุคคล การเงิน ระบบ IT ธุรกิจหยุดชะงักจากปัจจัยภายนอก การปฏิบัติตามกฎระเบียบ/กฎหมาย และด้านจัดจำหน่ายสินค้า	- ทะเบียนความเสี่ยง - การระบุกลุ่ม/ปัจจัยความเสี่ยง
7.3 ผู้บริหารทุกระดับมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยง	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2566 อนุมัติกฎบัตรคณะทำงานบริหารความเสี่ยง และแต่งตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูง 4 ท่าน ได้แก่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน	- กฎบัตรคณะทำงานบริหารความเสี่ยง - รายชื่อของคณะทำงานฯ
7.4 บริษัทได้ประเมินความสำคัญของความเสี่ยง โดยพิจารณาทั้งโอกาสเกิดเหตุการณ์ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น	✓		บริษัทประเมินระดับความเสี่ยงโดยพิจารณาจากความถี่หรือโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และผลกระทบของความเสี่ยง โดยแบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ ระดับต่ำ ปานกลาง สูง และสูงมาก โดยได้กำหนดไว้ในคู่มือบริหารความเสี่ยงสำหรับปี 2567	- คู่มือบริหารความเสี่ยง - แผนภูมิความเสี่ยง (Risk Profile)

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
7.5 บริษัทมีมาตรการและแผนการปฏิบัติงานเพื่อจัดการความเสี่ยง โดยอาจเป็นการยอมรับความเสี่ยงนั้น (acceptance) การลดความเสี่ยง (reduction) การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (avoidance) หรือการร่วมรับความเสี่ยง (sharing)	✓		คณะทำงานบริหารความเสี่ยงได้จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง ประจำปี 2567 โดยมีการกำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยง แต่ละประเภท ผู้รับผิดชอบและระยะเวลาดำเนินการ รวมถึง ติดตามและรายงานผลเป็นไตรมาส ต่อคณะกรรมการบริษัท	- ทะเบียน ความเสี่ยง - แผนบริหาร ความเสี่ยง

8. องค์กรได้พิจารณาถึงโอกาสที่จะเกิดการทุจริต ในการประเมินความเสี่ยงที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
8.1 บริษัทประเมินโอกาสที่จะเกิดการทุจริตขึ้น โดยครอบคลุมการทุจริตแบบต่างๆ เช่น การจัดทำรายงานทางการเงินเท็จ การทำให้สูญเสียทรัพย์สิน การคอร์รัปชัน การที่ผู้บริหารสามารถฝ่าฝืนระบบควบคุมภายใน (management override of internal controls) การเปลี่ยนแปลงข้อมูลในรายงานที่สำคัญ การได้มาหรือใช้ไปซึ่งทรัพย์สินโดยไม่ถูกต้อง เป็นต้น	✓		คณะทำงานบริหารความเสี่ยงได้ระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดการทุจริตหรือคอร์รัปชัน โดยบริษัทได้ประเมินโอกาสที่จะเกิดการทุจริตในลักษณะต่างๆ การฝ่าฝืนระบบควบคุมภายใน และการได้มาหรือใช้ไปซึ่งทรัพย์สินโดยไม่ถูกต้อง	- ทะเบียน ความเสี่ยง - มาตรการลด ความเสี่ยง
8.2 บริษัทได้ทบทวนเป้าหมายการปฏิบัติงานอย่างรอบคอบ โดยพิจารณาความเป็นไปได้ของเป้าหมายที่กำหนดแล้ว รวมทั้งได้พิจารณาความสมเหตุสมผลของการให้สิ่งจูงใจหรือผลตอบแทนแก่พนักงานแล้ว ด้วยว่า ไม่มีลักษณะส่งเสริมให้พนักงานกระทำไม่เหมาะสม เช่น ไม่ตั้งเป้าหมายยอดขายของบริษัทไว้สูงเกินความเป็นจริงจนทำให้เกิดแรงจูงใจในการตกแต่งตัวเลขยอดขาย เป็นต้น	✓		ในการกำหนดเป้าหมายและงบประมาณ บริษัทได้พิจารณาความเป็นไปได้ของการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และจะทบทวนเป้าหมายเมื่อสภาพเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปซึ่งมีผลกระทบต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างเป็นสาระสำคัญ	- นโยบายการ จัดทำ Budget - งบประมาณ ของปี 2567
8.3 คณะกรรมการตรวจสอบได้พิจารณาและสอบถามผู้บริหารเกี่ยวกับโอกาสในการเกิดทุจริต และมาตรการที่บริษัทดำเนินการเพื่อป้องกันหรือแก้ไขการทุจริต	✓		คณะทำงานบริหารความเสี่ยงได้ระบุปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดการทุจริต ประเมินระดับความเสี่ยง และกำหนดมาตรการจัดการ และพิจารณามาตรการจัดการความเสี่ยงว่ามีความเหมาะสม	- ทะเบียน ความเสี่ยง - มาตรการลด ความเสี่ยง

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
8.4 บริษัทได้สื่อสารให้พนักงานทุกคนเข้าใจและปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่กำหนดไว้	✓		บริษัทได้จัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และได้สื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบผ่านบอร์ดประชาสัมพันธ์ และได้ชี้แจงนโยบายให้พนักงานใหม่ทราบในวันปฐมนิเทศ	นโยบายการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน

9. องค์กรสามารถระบุและประเมินความเปลี่ยนแปลงที่อาจมีผลกระทบต่อระบบการควบคุมภายใน

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
9.1 บริษัทประเมินการเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายนอกองค์กร ที่อาจมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ การควบคุมภายใน และรายงานทางการเงิน ตลอดจนได้กำหนดมาตรการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นอย่างเพียงพอแล้ว	✓		คณะทำงานบริหารความเสี่ยงมีการประเมินทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ การควบคุมภายใน และรายงานทางการเงิน เพื่อหามาตรการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงปัจจัยเสี่ยงอย่างเพียงพอแล้ว	ทะเบียนความเสี่ยง และแผนบริหารความเสี่ยง
9.2 บริษัทประเมินการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจ ที่อาจมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ การควบคุมภายใน และรายงานทางการเงิน ตลอดจนได้กำหนดมาตรการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นอย่างเพียงพอแล้ว	✓		ฝ่ายบริหารมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ แผนธุรกิจ และแผนการดำเนินงาน โดยการประเมินรูปแบบการทำธุรกิจที่มีศักยภาพเพื่อหาช่องทางขยายกิจการให้เติบโตและยั่งยืน โดยมี การกำหนดมาตรการต่างๆ เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัท	- แผนกลยุทธ์ - แผนธุรกิจ - แผนบริหารความเสี่ยง
9.3 บริษัทประเมินการเปลี่ยนแปลงผู้นำองค์กร ที่อาจมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ การควบคุมภายใน และรายงานทางการเงิน ตลอดจนได้กำหนดมาตรการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นอย่างเพียงพอแล้ว	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 1/2566 เมื่อ 4 เม.ย. 66 ได้อนุมัตินโยบายการสรรหาผู้บริหารมาสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ โดยได้กำหนดกระบวนการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่าย รวมทั้งมีการกำหนดมาตรการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงผู้นำองค์กรที่อาจมีผลกระทบต่อบริษัทอย่างเพียงพอแล้ว	นโยบายการสรรหาผู้บริหารมาสืบทอดตำแหน่งที่สำคัญ

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

มาตรการควบคุม (Control Activities)

10. องค์กรมีมาตรการควบคุมที่ช่วยลดความเสี่ยงที่จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
10.1 มาตรการควบคุมของบริษัทมีความเหมาะสมกับความเสี่ยง และลักษณะเฉพาะขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อม ความซับซ้อนของงาน ลักษณะงาน ขอบเขตการดำเนินงาน รวมถึงลักษณะเฉพาะอื่นๆ	✓		บริษัท ได้จัดตั้งคณะทำงานบริหารความเสี่ยง เพื่อทำหน้าที่วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง และหามาตรการควบคุมที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะการดำเนินงานของบริษัท	คู่มือ และแผนบริหารความเสี่ยง
10.2 บริษัทมีมาตรการควบคุมภายในที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร และครอบคลุมกระบวนการต่างๆ อย่างเหมาะสม เช่น มีนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติงานเกี่ยวกับธุรกรรมด้านการเงิน การจัดซื้อ และการบริหารทั่วไป ตลอดจนกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ และลำดับชั้นการอนุมัติของผู้บริหารในแต่ละระดับไว้อย่างชัดเจนรัดกุม เพื่อให้สามารถป้องกันการทุจริตได้ เช่น มีการกำหนดขนาดวงเงินและอำนาจอนุมัติของผู้บริหารแต่ละระดับ ขั้นตอนในการอนุมัติโครงการลงทุน ขั้นตอนการจัดซื้อและวิธีการคัดเลือกผู้ขาย การบันทึกข้อมูลรายละเอียดการตัดสินใจจัดซื้อ ขั้นตอนการเบิกจ่ายวัสดุอุปกรณ์ หรือการเบิกใช้เครื่องมือต่างๆ เป็นต้น โดยจัดให้มีกระบวนการสำหรับกรณีต่างๆ ดังนี้			บริษัท จัดทำระเบียบปฏิบัติ (Standard Operating Procedure) ซึ่งกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน Work Flow และระบบการควบคุมภายในที่เพียงพอเหมาะสมสำหรับแต่ละระบบงานที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 4/2567 เมื่อ 12 พ.ย. 67 มีมติอนุมัติระเบียบอำนาจอนุมัติตามลำดับชั้นของผู้บริหาร (Levels of Authority)	ระเบียบ/คู่มือปฏิบัติงานของส่วนงานต่างๆ อำนาจอนุมัติตามลำดับชั้นของผู้บริหาร
10.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการ ผู้บริหารและ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว รวมทั้งบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อประโยชน์ในการติดตามและสอบทานการทำรายการระหว่างกัน หรือรายการที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รวมทั้งมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	✓		เลขานุการบริษัทเป็นผู้เก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ถือหุ้นรายใหญ่ กรรมการ ผู้บริหาร ผู้ที่เกี่ยวข้อง และบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อประโยชน์ในการสอบทานการทำรายการระหว่างกัน รวมทั้งมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	นโยบายและข้อมูลของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกัน
10.2.2 กรณีที่บริษัทอนุมัติธุรกรรมหรือทำสัญญากับผู้ที่เกี่ยวข้องในลักษณะที่มีผลผูกพันบริษัทในระยะยาวไปแล้ว เช่น การทำสัญญาซื้อขายสินค้า การให้กู้ยืม การค้าประกัน บริษัท ได้ติดตามให้มั่นใจแล้วว่า มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ตลอดระยะเวลาที่มีผลผูกพันบริษัท เช่น ติดตามการชำระคืนหนี้ตามกำหนด หรือมีการทบทวนความเหมาะสมของสัญญา เป็นต้น	✓		กรณีมีการทำรายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องกัน บริษัทมีการติดตามการดำเนินการว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่ตกลงกันไว้ และมีการรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบทุกไตรมาส	รายงานการทำรายการระหว่างกันทุกไตรมาส

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
10.3 บริษัทกำหนดให้มีการควบคุมภายในมีความหลากหลายอย่างเหมาะสม เช่น การควบคุมแบบ manual และ automated หรือการควบคุมแบบป้องกันและติดตาม	✓		บริษัทมีการควบคุมภายในทั้งแบบ Manual โดยหัวหน้างาน มีหน้าที่ควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามระเบียบปฏิบัติ และการควบคุมแบบ Automated โดยใช้ระบบ ERP ควบคุม การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามระบบการควบคุม รวมทั้งมีการ ควบคุมเชิงป้องกัน และตรวจติดตามการแก้ไขข้อบกพร่อง	การควบคุมวิธี Manual และ โดยระบบ ERP การป้องกัน และติดตาม
10.4 บริษัทกำหนดให้มีการควบคุมภายใน ในทุกระดับขององค์กร เช่น ทั้งระดับกลุ่มบริษัท หน่วยธุรกิจ สาขางาน ฝ่ายงาน แผนก หรือกระบวนการ	✓		บริษัทกำหนดให้มีการควบคุมในทุกระดับขององค์กร โดยมีการกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริษัท และคณะกรรมการชุดย่อย มีการกำหนดตารางอำนาจอนุมัติ ธุรกรรมตามลำดับชั้นของผู้บริหาร มีการจัดทำคู่มือ/ระเบียบ ปฏิบัติงานของทุกแผนก โดยมีผู้จัดการฝ่ายเป็นผู้รับผิดชอบ ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในที่วางไว้	ขอบเขต อำนาจหน้าที่ คณะกรรมการ ตารางอำนาจ อนุมัติธุรกรรม ระเบียบปฏิบัติ
10.5 บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบในงาน 3 ด้านต่อไปนี้ ออกจากกันโดยเด็ดขาด เพื่อเป็นการ ตรวจสอบซึ่งกันและกัน กล่าวคือ (1) หน้าที่อนุมัติ (2) หน้าที่บันทึกรายการบัญชี และข้อมูลสารสนเทศ และ (3) หน้าที่ในการดูแลจัดเก็บทรัพย์สิน	✓ ✓ ✓		บริษัทมีการแบ่งแยกหน้าที่และความรับผิดชอบตามลักษณะ งานและตามขนาดของกิจการ โดยคำนึงถึงระบบการควบคุม ภายในเป็นสำคัญ เพื่อให้สามารถตรวจสอบซึ่งกันและกันได้ โดยได้แบ่งแยกหน้าที่อนุมัติ หน้าที่บันทึกรายการบัญชี และ หน้าที่ในการดูแลจัดเก็บทรัพย์สินออกจากกันอย่างชัดเจน	ผังจัดองค์กร ของบริษัทและ แต่ละส่วนงาน และใบกำหนด หน้าที่งาน

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

11. องค์กรเลือกและพัฒนากิจกรรมการควบคุมทั่วไปด้วยระบบเทคโนโลยี เพื่อช่วยสนับสนุนการบรรลุวัตถุประสงค์

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
11.1 บริษัทควรกำหนดความเกี่ยวข้องกันระหว่างการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกระบวนการปฏิบัติงาน และการควบคุมทั่วไปของระบบสารสนเทศ	✓		บริษัทนำระบบ Mango ERP มาใช้ในกระบวนการปฏิบัติงาน และบันทึกบัญชี และมีโปรแกรมสำหรับบริหารงานบุคคล โดยมีการควบคุมทั้ง Physical and Logical Access Control	นโยบายรักษาความปลอดภัยด้านสารสนเทศ
11.2 บริษัทควรกำหนดการควบคุมของโครงสร้างพื้นฐานของระบบเทคโนโลยีให้มีความเหมาะสม	✓		บริษัทใช้ระบบ Mango ERP แบบคลาวด์ ในกระบวนการปฏิบัติงาน โดยผู้ให้บริการรับผิดชอบ Backup & Recovery บริษัทมีการควบคุมการใช้ email มีการติดตั้ง Antivirus และ Firewall และมีการเก็บ log ตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด	นโยบายและระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีฯ
11.3 บริษัทควรกำหนดการควบคุมด้านความปลอดภัยของระบบเทคโนโลยีให้มีความเหมาะสม	✓		คณะกรรมการบริษัทได้อนุมัตินโยบายและระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อกำหนดระบบควบคุมการรักษาความปลอดภัยในการเข้าใช้งานระบบ IT และการเข้าถึงฐานข้อมูลของบริษัทให้มีความเหมาะสม	นโยบายและระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีฯ
11.4 บริษัทควรกำหนดการควบคุมกระบวนการได้มา การพัฒนา และการบำรุงรักษาระบบเทคโนโลยี ให้มีความเหมาะสม	✓		บริษัทมีระเบียบปฏิบัติเรื่อง การทำทะเบียนประวัติบำรุงรักษา การแจ้งซ่อม และจัดซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และมีขั้นตอนการปฏิบัติงานเรื่อง การบริหารการเปลี่ยนแปลงทางด้าน IT โดยได้กำหนดขั้นตอนการบำรุงรักษาและซ่อมแซมอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ การบริหารการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาระบบ IT	ระเบียบ เรื่อง การซ่อมแซมบำรุงรักษาและการบริหารการเปลี่ยนแปลงฯ

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

12. องค์กรจัดให้มีกิจกรรมการควบคุมผ่านทางนโยบาย ซึ่งได้กำหนดสิ่งที่คาดหวังและขั้นตอนการปฏิบัติ เพื่อให้นโยบายที่กำหนดไว้นั้นสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
12.1 บริษัทมีนโยบายที่รัดกุมเพื่อติดตามให้การทำธุรกรรมของผู้ถือหุ้นรายใหญ่กรรมการ ผู้บริหาร หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลดังกล่าว ต้องผ่านขั้นตอนการอนุมัติที่กำหนด เช่น ข้อบังคับของบริษัท เกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต. เพื่อป้องกันการหาโอกาส หรือนำผลประโยชน์ของบริษัทไปใช้ส่วนตัว	✓		ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัทได้มีมติอนุมัตินโยบายการเข้าทำรายการระหว่างกัน โดยกำหนดให้การทำรายการกับบุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้อง โยกันจะต้องผ่านขั้นตอนการอนุมัติตามที่กำหนดในนโยบายเพื่อป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์	นโยบายการเข้าทำรายการระหว่างกัน
12.2 บริษัทมีนโยบายเพื่อให้การพิจารณาอนุมัติธุรกรรมกระทำโดยผู้ที่ไม่มีส่วนได้เสียในธุรกรรมนั้น	✓		นโยบายการทำรายการระหว่างกันกำหนดหลักเกณฑ์ป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท กำหนดให้กรรมการหรือผู้บริหารซึ่งมีส่วนได้เสียจะไม่มีอำนาจออกเสียงในการอนุมัติให้ทำธุรกรรมนั้น	หลักเกณฑ์ป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์
12.3 บริษัทมีนโยบายเพื่อให้การพิจารณาอนุมัติธุรกรรมคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทเป็นสำคัญ และพิจารณาโดยถือเสมือนเป็นรายการที่กระทำกับบุคคลภายนอก (at arms' length basis)	✓		นโยบายการทำรายการระหว่างกันกำหนดเกณฑ์การปฏิบัติ เช่นเดียวกับลูกค้าทั่วไป เพื่อให้มีการทำธุรกรรมที่เป็นธรรม มีความสมเหตุสมผลและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท	นโยบายการเข้าทำรายการระหว่างกัน
12.4 บริษัทมีกระบวนการติดตามดูแลการดำเนินงานของบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมทั้งกำหนดแนวทางให้บุคคลที่บริษัทแต่งตั้งให้เป็นกรรมการหรือผู้บริหารในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมนั้นถือปฏิบัติ (หากบริษัทไม่มีเงินลงทุนในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมไม่ต้องตอบข้อนี้)	✓		บริษัทได้มีการกำหนดนโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วมเพื่อไว้สำหรับลงทุน และตาม BOD ครั้งที่ 4/2567 มีการพิจารณาอนุมัติเข้าทำรายการโดยจัดตั้งบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท (MCA) กับ บริษัท ยู โปรดัคชั่น จำกัด ซึ่งจัดตั้งเป็น บริษัท ยูเอ็ม ดีไซน์ แอนด์ โปรดัคชั่น จำกัด คาดว่าจะจัดตั้งบริษัทร่วมทุนแล้วเสร็จในช่วงเดือน ม.ค. 2568	นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อย/บริษัทร่วม

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
12.5 บริษัทกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบในการนำนโยบายและกระบวนการไปปฏิบัติโดยผู้บริหารและพนักงาน	✓		ฝ่ายบริหารเสนอนโยบายให้คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติเพื่อประกาศใช้ และนำไปปฏิบัติกับทุกส่วนงานที่เกี่ยวข้อง	นโยบายบริษัท ระเบียบปฏิบัติ
12.6 นโยบายและกระบวนการปฏิบัติของบริษัทได้รับการนำไปใช้ในเวลาที่เหมาะสม โดยบุคลากรที่มีความสามารถ รวมถึงการครอบคลุมกระบวนการแก้ไขข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน	✓		มีกำหนดวันที่มีผลใช้บังคับ เพื่อให้เริ่มปฏิบัติตามนโยบายและระเบียบปฏิบัติในเวลาที่เหมาะสม และกำหนดคุณสมบัติของพนักงาน เพื่อให้ทำการสรรหาบุคลากรที่มีความสามารถ และมีการควบคุมการปฏิบัติงานโดยฝ่ายบริหาร เพื่อให้มีการแก้ไขข้อผิดพลาด รวมถึงปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	นโยบายบริษัท ระเบียบ/คู่มือ การปฏิบัติงาน ใบกำหนด หน้าทำงาน
12.7 บริษัททบทวนนโยบายและกระบวนการปฏิบัติให้มีความเหมาะสมอยู่เสมอ	✓		บริษัทมีการทบทวนระเบียบ/คู่มือการปฏิบัติงานอยู่เสมอให้สอดคล้องกับกระบวนการปฏิบัติงานที่มีการเปลี่ยนแปลงไป คณะกรรมการบริหารกำหนดให้มีการทบทวนนโยบายและคู่มือปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมหรือกฎเกณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเสนอให้คณะกรรมการบริษัทอนุมัติ	ระเบียบ/คู่มือ การปฏิบัติงาน หลักเกณฑ์ การทบทวน นโยบายบริษัท

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

ระบบสารสนเทศและการสื่อสารข้อมูล (Information and Communication)

13. องค์กรมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีคุณภาพ เพื่อสนับสนุนให้การควบคุมภายในสามารถดำเนินไปตามที่กำหนดไว้

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
13.1 บริษัทกำหนดข้อมูลที่ต้องการใช้ในการดำเนินงาน ทั้งข้อมูลจากภายในและภายนอกองค์กร ที่มีคุณภาพ และเกี่ยวข้องต้องงาน	✓		ฝ่ายบริหารให้ความสำคัญกับคุณภาพของข้อมูลที่มาทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรเพื่อมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจ โดยมีการจัดทำระเบียบ/คู่มือปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ	ระเบียบ/คู่มือปฏิบัติงานของส่วนงานต่างๆ
13.2 บริษัทพิจารณาทั้งต้นทุนและประโยชน์ที่จะได้รับ รวมถึงปริมาณและความถูกต้องของข้อมูล	✓		บริษัทใช้ระบบ Mango ซึ่งเป็นระบบ ERP ในการดำเนินงาน ทั้งระบบของบริษัท บริษัทเลือกใช้ Mango เพราะเป็นระบบที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปเพื่อรองรับปริมาณข้อมูลของบริษัท และมีการประมวลผลที่ถูกต้องและรวดเร็ว ฝ่ายบริหารได้พิจารณาเรื่องต้นทุน ประโยชน์ที่จะได้รับ และความถูกต้องของข้อมูลแล้วเห็นว่ามีความเหมาะสม	ระเบียบ/คู่มือปฏิบัติงานของระบบ Mango รายงานข้อมูลสำคัญที่ออกมาจาก Mango
13.3 บริษัทดำเนินการเพื่อให้คณะกรรมการมีข้อมูลที่สำคัญอย่างเพียงพอสำหรับใช้ประกอบการตัดสินใจ ตัวอย่างข้อมูลที่สำคัญ เช่น รายละเอียดของเรื่องที่เสนอให้พิจารณา เหตุผล ผลกระทบต่อบริษัท	✓		เลขานุการบริษัทจะจัดเตรียมเอกสารเพื่อให้คณะกรรมการมีข้อมูลที่สำคัญอย่างเพียงพอสำหรับใช้พิจารณาตัดสินใจ	เอกสารที่เสนอคณะกรรมการ
13.4 บริษัทดำเนินการเพื่อให้กรรมการบริษัทได้รับหนังสือนัดประชุมหรือเอกสารประกอบการประชุมที่ระบุข้อมูลที่จำเป็นและเพียงพอต่อการพิจารณาก่อนการประชุมล่วงหน้าอย่างน้อยภายในระยะเวลา ขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนด	✓		เลขานุการบริษัทส่งหนังสือเชิญประชุมกรรมการล่วงหน้าภายในระยะเวลาที่กำหนด และจัดส่งเอกสารประกอบการประชุมให้คณะกรรมการพิจารณาล่วงหน้าก่อนวันประชุม	หนังสือเชิญประชุมคณะกรรมการ

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
13.5 บริษัทดำเนินการเพื่อให้รายงานการประชุมคณะกรรมการมีรายละเอียดตามควร เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนหลังเกี่ยวกับความเหมาะสมในการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการแต่ละราย เช่น การบันทึกข้อซักถามของกรรมการ ความเห็นหรือข้อสังเกตของกรรมการในเรื่องที่พิจารณา ความเห็นของกรรมการรายที่ไม่เห็นด้วยกับเรื่องที่เสนอพร้อมเหตุผล เป็นต้น	✓		เลขานุการบริษัทบันทึกรายงานการประชุมคณะกรรมการบริษัท โดยมีรายละเอียดตามที่ได้มีการประชุมหารือกัน และได้บันทึกข้อซักถาม ความเห็นหรือข้อสังเกตของกรรมการแต่ละท่านในเรื่องที่พิจารณาโดยสังเขป	รายงานการประชุมคณะกรรมการบริษัท
13.6 บริษัทมีการดำเนินการดังต่อไปนี้				
13.6.1 มีการจัดเก็บเอกสารสำคัญไว้อย่างครบถ้วนเป็นหมวดหมู่	✓		บริษัทจัดเก็บเอกสารสำคัญไว้อย่างครบถ้วนเป็นหมวดหมู่ และได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้รับแจ้งจาก	การแก้ไขตาม Management
13.6.2 กรณีที่ได้รับแจ้งจากผู้สอบบัญชีหรือผู้ตรวจสอบภายในว่ามีข้อบกพร่องในการควบคุมภายใน บริษัทได้แก้ไขข้อบกพร่องนั้นอย่างครบถ้วนแล้ว	✓		ผู้สอบบัญชีหรือผู้ตรวจสอบภายใน ตามที่ฝ่ายบริหารได้พิจารณาเห็นสมควรให้ดำเนินการแล้ว	Letter จากผู้สอบบัญชี

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

14. องค์กรสื่อสารข้อมูลภายในองค์กร ซึ่งรวมถึงวัตถุประสงค์และความรับผิดชอบต่อการควบคุมภายในที่จำเป็นต่อการสนับสนุนให้การควบคุมภายในสามารถดำเนินไปได้ตามที่วางไว้

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
14.1 บริษัทมีกระบวนการสื่อสารข้อมูลภายในอย่างมีประสิทธิภาพ และมีช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนการควบคุมภายใน	✓		บริษัทจัดให้มีการสื่อสารข้อมูลภายในองค์กรหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ Email แฟ้มข้อมูลและฐานข้อมูลส่วนกลาง (Share File & Share Drive) การตีพิมพ์เอกสาร เป็นต้น รวมถึงการจัดให้มีการประชุมร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	ช่องทางสื่อสาร เช่น Share File & Drive, Email รายงานการประชุมภายใน
14.2 บริษัทมีการรายงานข้อมูลที่สำคัญถึงคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ และคณะกรรมการบริษัทสามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานหรือสอบทานรายการต่าง ๆ ตามที่ต้องการ เช่น การกำหนดบุคคลที่เป็นศูนย์กลางติดต่อเพื่อให้สามารถติดต่อข้อมูลอื่นนอกจากที่ได้รับจากผู้บริหาร รวมทั้งการติดต่อสอบถามข้อมูลจากผู้สอบบัญชี ผู้ตรวจสอบภายใน การจัดประชุมระหว่างคณะกรรมการและผู้บริหารตามที่คณะกรรมการร้องขอ การจัดกิจกรรมพบปะหรือ ระหว่างคณะกรรมการและผู้บริหารนอกเหนือจากการประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น	✓		บริษัทกำหนดให้เลขานุการบริษัทเป็นศูนย์กลางข้อมูลขององค์กร และเป็นผู้ประสานงานกับคณะกรรมการ ผู้บริหาร และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องในการจัดประชุมคณะกรรมการ โดยให้มีการรายงานข้อมูลที่สำคัญถึงคณะกรรมการบริษัทอย่างสม่ำเสมอ	ขอบเขตหน้าที่ของเลขานุการบริษัท ตามที่คณะกรรมการบริษัทกำหนด
14.3 บริษัทจัดให้มีช่องทางการสื่อสารพิเศษหรือช่องทางลับเพื่อให้บุคคลต่าง ๆ ภายในบริษัทสามารถแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสเกี่ยวกับการฉ้อฉลหรือทุจริตภายในบริษัท (whistle-blower hotline) ได้อย่างปลอดภัย	✓		บริษัทจัดให้มีช่องทางการสื่อสารพิเศษเพื่อให้บุคคลภายในบริษัทสามารถแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการฉ้อฉลหรือทุจริตได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ แจ้งทางอีเมล ทางไปรษณีย์ และทางเว็บไซต์ของบริษัท ตามที่ได้กำหนดไว้ในนโยบาย	ช่องทางรับแจ้งเบาะแสด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

15. องค์กรได้สื่อสารกับหน่วยงานภายนอกเกี่ยวกับประเด็นที่อาจมีผลกระทบต่อการควบคุมภายใน

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
15.1 บริษัทมีกระบวนการสื่อสารข้อมูลกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และมีช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนการควบคุมภายใน เช่น จัดให้มีเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานนักลงทุนสัมพันธ์ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียน เป็นต้น	✓		บริษัทกำหนดให้เลขานุการบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบในการสื่อสารข้อมูลกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร รวมถึงการรับเรื่องร้องเรียน โดยได้จัดให้มีกระบวนการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ และจะกำหนดผู้ดูแลงานนักลงทุนสัมพันธ์เมื่อเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียน	หน้าที่ของเลขานุการบริษัท ตามที่บริษัทได้มอบหมาย
15.2 บริษัทจัดให้มีช่องทางการสื่อสารพิเศษหรือช่องทางลับเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กรสามารถแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสเกี่ยวกับการฉ้อฉลหรือทุจริต (whistle-blower hotline) แก่บริษัท ได้อย่างปลอดภัย	✓		บริษัทกำหนดช่องทางการสื่อสารพิเศษเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กรสามารถแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการฉ้อฉลหรือทุจริตไว้ 3 ช่องทาง ได้แก่ แจ้งทางอีเมล ทางไปรษณีย์ และทางเว็บไซต์ของบริษัท ตามที่กำหนดในนโยบาย	ช่องทางรับแจ้งเบาะแสตามนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

การประเมินความเพียงพอของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

ระบบการติดตาม (Monitoring Activities)

16. องค์การติดตามและประเมินผลการควบคุมภายใน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการควบคุมภายในยังดำเนินไปอย่างครบถ้วน เหมาะสม

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
16.1 บริษัทจัดให้มีการระบวนการติดตามการปฏิบัติตามจริยธรรมธุรกิจและข้อกำหนดห้ามฝ่ายบริหารและพนักงานปฏิบัติตนในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เช่น กำหนดให้แต่ละส่วนงานติดตามการปฏิบัติ และรายงานผู้บังคับบัญชา หรือมอบหมายให้หน่วยงานตรวจสอบภายในติดตามการปฏิบัติ และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เป็นต้น	✓		บริษัทกำหนดให้แต่ละส่วนงานและผู้ตรวจสอบภายในเป็นผู้ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติตาม Code of Conduct และข้อกำหนดพนักงานปฏิบัติตนที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบ	วิธีการประเมินการปฏิบัติตามจรรยาบรรณธุรกิจ
16.2 บริษัทจัดให้มีการตรวจสอบการปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในที่วางไว้โดยการประเมินตนเองและ/หรือการประเมินอิสระโดยผู้ตรวจสอบภายใน	✓		บริษัทว่าจ้างผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกให้มาทำหน้าที่ตรวจสอบการปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในที่วางไว้	การจ้างผู้ตรวจสอบภายใน
16.3 ความถี่ในการติดตามและประเมินผลมีความเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของบริษัท	✓		ปกติ ผู้ตรวจสอบภายในวางแผนการตรวจสอบและประเมินผลเป็นรายไตรมาส ซึ่งมีความเหมาะสมกับธุรกิจของบริษัท	แผนการตรวจสอบภายใน
16.4 ดำเนินการติดตามและประเมินผลระบบการควบคุมภายใน โดยผู้ที่มีความรู้และความสามารถ	✓		บริษัทได้ว่าจ้าง Certified Internal Auditor (CIA) ทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบภายในและประเมินระบบการควบคุมภายใน	การจ้างผู้ตรวจสอบภายใน
16.5 บริษัทกำหนดแนวทางการรายงานผลการตรวจสอบภายในให้ขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ	✓		กฎบัตรการตรวจสอบภายในกำหนดให้ผู้ตรวจสอบภายในรายงานผลการตรวจสอบขึ้นตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบ	กฎบัตรตรวจสอบภายใน
16.6 บริษัทส่งเสริมให้ผู้ตรวจสอบภายในปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรฐานสากลการปฏิบัติงานวิชาชีพการตรวจสอบภายใน (International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing, IIA)	✓		ผู้ตรวจสอบภายในรับอนุญาต (CIA) ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรฐานสากลการปฏิบัติงานวิชาชีพการตรวจสอบภายใน	ทีมงานผู้ตรวจสอบภายใน

การประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน

Market Connections Asia PCL.

17. องค์การประเมินและสื่อสารข้อบกพร่องของการควบคุมภายในอย่างทันเวลาต่อบุคคลที่รับผิดชอบ ซึ่งรวมถึงผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการตามความเหมาะสม

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่	การดำเนินการของบริษัท	ข้อมูลอ้างอิง
17.1 บริษัทประเมินผลและสื่อสารข้อบกพร่องของการควบคุมภายในและดำเนินการเพื่อติดตามแก้ไขอย่างทันทั่วทั้งที่ หากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นแตกต่างจากเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีนัยสำคัญ	✓		ผู้ตรวจสอบภายในจะรายงานผลการตรวจสอบภายในต่อคณะกรรมการตรวจสอบโดยตรง พร้อมทั้งรายงานผลการตรวจสอบให้ CEO และหน่วยงานที่รับการตรวจทราบ เพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องที่พบจากการตรวจตามที่ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ (ถ้ามี)	รายงานตรวจสอบภายใน รายงานติดตามการแก้ไขข้อบกพร่อง
17.2 บริษัทมีนโยบายการรายงานดังนี้				
17.2.1 ฝ่ายบริหารต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทโดยพลัน ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์หรือสงสัยว่ามีเหตุการณ์ทุจริตอย่างร้ายแรง มีการปฏิบัติที่ฝ่าฝืนกฎหมายหรือมีการกระทำที่ผิดปกติด้านอื่น ซึ่งอาจกระทบต่อชื่อเสียงและฐานะการเงินของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ	✓		นโยบายการต่อต้านการทุจริตหรือคอร์รัปชัน กำหนดให้ฝ่ายบริหารต้องรายงานต่อคณะกรรมการบริษัทโดยพลันในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ทุจริตอย่างร้ายแรง หรือมีการปฏิบัติที่ฝ่าฝืนกฎหมาย ซึ่งอาจกระทบต่อบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ	นโยบายการต่อต้านการทุจริตหรือคอร์รัปชัน
17.2.2 รายงานข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญ พร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหา (แม้ว่าจะได้เริ่มดำเนินการจัดการแล้ว) ต่อคณะกรรมการบริษัท/คณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อพิจารณาภายในระยะเวลาอันควร	✓		ผู้ตรวจสอบภายในมีหน้าที่รายงานข้อบกพร่องที่พบจากการตรวจสอบที่เป็นสาระสำคัญ พร้อมทั้งแนวทางแก้ไขปัญหามาให้คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณา	รายงานข้อบกพร่องและวิธีแก้ไข
17.2.3 รายงานความคืบหน้าในการปรับปรุงข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญต่อคณะกรรมการบริษัท/คณะกรรมการตรวจสอบ	✓		หน่วยงานที่รับการตรวจมีหน้าที่รายงานความคืบหน้าในการแก้ไขข้อบกพร่องที่เป็นสาระสำคัญตามที่ผู้ตรวจสอบภายในเสนอแนะ ให้คณะกรรมการตรวจสอบพิจารณา	รายงานความคืบหน้าในการแก้ไข

วันที่จัดทำแบบประเมินความเสี่ยงของระบบการควบคุมภายใน : 14 กุมภาพันธ์ 2568

หมายเหตุ BOD # ใช้สำหรับอ้างอิงมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท Audit Com. # ใช้สำหรับอ้างอิงมติที่ประชุมคณะกรรมการตรวจสอบ Ex. Com. # ใช้สำหรับอ้างอิงมติที่ประชุมคณะกรรมการบริหาร

