

ที่ SNNP.IR 019/2569

10 สิงหาคม 2569

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2569 สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

เรียน กรรมการผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ศรีนันนพร มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (บริษัท) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานสิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 ซึ่งได้รับการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. ภาพรวมธุรกิจไตรมาสที่ 2 ปี 2569



ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เศรษฐกิจไทยได้รับแรงกดดันในช่วงต้นไตรมาสจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลให้ราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น กระทั่งต่อคำกรองชีพและกำลังซื้อของผู้บริโภค แม้สถานการณ์จะเริ่มผ่อนคลายจากช่วงต้นไตรมาส แต่ยังคงมีความไม่แน่นอนและความเสี่ยงต่อเศรษฐกิจ ขณะที่เศรษฐกิจไทยยังคงได้รับแรงสนับสนุนจากภาคการส่งออก การลงทุนภาคเอกชน และการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยว รวมถึงได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ อาทิ โครงการไทยช่วยไทย ซึ่งเริ่มดำเนินการในช่วงเดือนมิถุนายน 2569 เพื่อบรรเทาผลกระทบต่อกำลังซื้อของภาคครัวเรือน ส่งผลให้บรรยากาศการใช้จ่ายของผู้บริโภคเริ่มปรับตัวดีขึ้น แม้กำลังซื้อโดยรวมยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป⁽¹⁾

อย่างไรก็ดี บริษัทมีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยได้รับแรงสนับสนุนจากทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยรายได้จากการขายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากการฟื้นตัวของยอดขายกลุ่มเครื่องดื่มตามปัจจัยฤดูกาลในช่วงฤดูร้อนควบคู่กับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ขณะที่รายได้จากการขายในต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากตลาดเวียดนาม ซึ่งเป็นตลาดหลักของบริษัท จากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจประกอบกับผลของการปรับปรุงการดำเนินงานและการบริหารจัดการในช่วงที่ผ่านมา ทำให้การดำเนินธุรกิจในพื้นที่นี้มีประสิทธิภาพและมีเสถียรภาพมากขึ้น ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แม้ว่าบริษัทจะเริ่มรับรู้ผลกระทบจากต้นทุนบรรจุก๊าซที่ปรับตัวสูงขึ้นตามราคาพลาสติกในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 แต่บริษัทสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการใช้กำลังการผลิตที่สูงขึ้น การบริหารต้นทุนวัตถุดิบ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงการบริหารโครงสร้างการส่งเสริมการขายให้เหมาะสมมากขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.2 ในไตรมาสที่ 1 เป็นร้อยละ 26.8 ในไตรมาสที่ 2 นอกจากนี้ บริษัทสามารถบริหารค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ส่งผลให้บริษัทมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่เท่ากับ 71.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

2. เหตุการณ์สำคัญไตรมาส 2 ปี 2569

1. บริษัทจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นตามที่ปรากฏชื่อในสมุดทะเบียนผู้ถือหุ้นของบริษัท ณ วันที่ 6 พฤษภาคม 2569 จำนวน 900,005,100 หุ้น ในอัตราหุ้นละ 0.345 บาท หรือคิดเป็นจำนวนเงิน 311 ล้านบาท เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2569

2. บริษัทได้ขยายไลน์ผลิตภัณฑ์ “เจเล่ เยลลี่ โซดา” 2 รสชาติ จัดจำหน่ายใน 7-11

- กลิ่นฟรุ๊ตตี้ กรีน
- กลิ่นสตอเบอรี่ อะมะได



3. ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 2 ปี 2569

งบกำไรขาดทุน (หน่วย: ล้านบาท)	งวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน					งวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		
	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)		6M/68	6M/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)
				QoQ (%)	YoY (%)			
รายได้จากการขาย	1,388.0	1,271.7	1,316.5	3.5%	-5.2%	2,873.5	2,588.2	-9.9%
รายได้อื่น	12.5	14.0	15.5	10.7%	24.2%	23.3	29.5	26.6%
รายได้รวม	1,400.5	1,285.7	1,332.0	3.6%	-4.9%	2,896.8	2,617.7	-9.6%
ต้นทุนการขาย	(982.1)	(938.8)	(964.1)	2.7%	-1.8%	(2,015.6)	(1,902.9)	-5.6%
กำไรขั้นต้น	405.9	332.9	352.4	5.9%	-13.2%	857.9	685.3	-20.1%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(185.0)	(195.8)	(200.7)	2.5%	8.5%	(363.6)	(396.5)	9.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(65.5)	(62.6)	(57.6)	-8.1%	-12.1%	(131.8)	(120.2)	-8.9%
กำไรก่อนต้นทุนทางการเงินและภาษีเงินได้	167.9	88.5	109.6	23.9%	-34.7%	385.8	198.1	-48.7%
ต้นทุนทางการเงิน	(10.0)	(11.9)	(11.6)	-2.1%	16.2%	(16.7)	(23.5)	40.7%
ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(4.7)	(3.8)	(6.2)	64.0%	30.5%	(10.0)	(10.0)	0.0%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	153.2	72.8	91.8	26.1%	-40.1%	359.1	164.6	-54.2%
ภาษีเงินได้	(27.0)	(16.2)	(23.1)	42.7%	-14.6%	(61.3)	(39.2)	-36.1%
การแบ่งปันกำไร								
- บริษัทใหญ่	129.8	60.3	69.8	15.8%	-46.2%	300.2	130.2	-56.6%
- ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	(3.6)	(3.7)	(1.1)	-69.5%	-69.2%	(2.4)	(4.8)	99.5%
กำไรสุทธิ	126.2	56.6	68.7	21.3%	-45.5%	297.8	125.4	-57.9%
กำไรต่อหุ้น	0.14	0.07	0.08			0.33	0.14	
อัตรากำไรขั้นต้น	29.2%	26.2%	26.8%	0.6%	-2.4%	29.9%	26.5%	-3.4%
อัตรากำไรขั้นต้นในการขาย	13.3%	15.4%	15.2%	-0.2%	1.9%	12.7%	15.3%	2.6%
อัตรากำไรขั้นต้นในการบริหาร	4.7%	4.9%	4.4%	-0.5%	-0.3%	4.6%	4.6%	0.0%
อัตรากำไรสุทธิ	9.1%	4.5%	5.2%	0.7%	-3.9%	10.4%	4.8%	-5.6%

รายได้

รายได้จากการขาย (หน่วย: ล้านบาท)	งวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน					งวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		
	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)		6M/68	6M/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)
				QoQ (%)	YoY (%)			YoY (%)
รายได้จากการขายในประเทศ	1,124.3	1,015.8	1,038.2	2.2%	-7.7%	2,323.5	2,054.0	-11.6%
รายได้จากการขายต่างประเทศ	263.7	255.9	278.3	8.8%	5.5%	550.0	534.2	-2.9%
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของบริษัท	1,388.0	1,271.7	1,316.5	3.5%	-5.2%	2,873.5	2,588.2	-9.9%

รายได้จากการขายในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับ 1,316.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 44.8 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากการเติบโตของรายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สะท้อนการฟื้นตัวของความต้องการบริโภคภายในประเทศควบคู่กับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเวียดนามซึ่งยังคงเป็นตลาดหลัก

รายได้จากการขายในประเทศเท่ากับ 1,038.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากการฟื้นตัวของยอดขายกลุ่มเครื่องคั้ตามปัจจัยฤดูกาลในช่วงฤดูร้อน ประกอบกับการเพิ่มการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด การเพิ่มพื้นที่จัดแสดงสินค้าและการขยายกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ภายหลังความไม่แน่นอนจากสถานการณ์ในตะวันออกกลางเริ่มผ่อนคลายลง ส่งผลให้รายได้ในช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ฟื้นตัวขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้า นอกจากนี้ บริษัทได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ซึ่งช่วยกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศโดยรวมในช่วงปลายไตรมาส

ขณะที่รายได้จากการขายในต่างประเทศเท่ากับ 278.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 22.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักจากตลาดเวียดนาม จากการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจ ประกอบกับการดำเนินธุรกิจที่มีเสถียรภาพ การขยายการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่จำหน่ายมากขึ้น และการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในช่องทางจัดจำหน่ายทั้งในช่องทางค้าปลีกดั้งเดิมและช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ส่งผลให้คำสั่งซื้อจากคู่ค้ามีความสม่ำเสมอและสนับสนุนการเติบโตของรายได้เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน รายได้จากการขายลดลง 71.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.2 โดยมีสาเหตุหลักจากการชะลอตัวของการบริโภคภายในประเทศ ท่ามกลางกำลังซื้อที่ยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปและภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอน ส่งผลให้รายได้จากการขายในประเทศปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีรายได้จากการขายเท่ากับ 2,588.2 ล้านบาท ลดลง 285.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของรายได้จากการขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ต้นทุนการขาย

ต้นทุนการขายในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับ 964.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.3 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและปริมาณการผลิตที่สูงขึ้น รวมถึงบริษัทเริ่มรับรู้ผลกระทบจากต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่ปรับตัวสูงขึ้นตามราคาพลาสติก ซึ่งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง อย่างไรก็ดี เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ต้นทุนการขายลดลง 18.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.8 สอดคล้องกับการลดลงของรายได้จากการขาย

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 ต้นทุนการขายเท่ากับ 1,902.9 ล้านบาท ลดลง 112.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับการลดลงของรายได้จากการขายในงวดหกเดือนแรกของปี

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับ 352.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขาย แต่ลดลง 53.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 13.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ตามการลดลงของรายได้จากการขาย

บริษัทมีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 26.8 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า แม้ว่าบริษัทจะเริ่มรับรู้ผลกระทบจากต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยการเพิ่มขึ้นของยอดขายและปริมาณการผลิตส่งผลให้มีการใช้กำลังการผลิตสูงขึ้น ช่วยให้ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยลดลง ประกอบกับการบริหารต้นทุนวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการกระจายแหล่งจัดหาวัตถุดิบ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การเพิ่มอัตราผลผลิต การลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต รวมถึงการปรับกลยุทธ์และโครงสร้างการส่งเสริมการขายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยชดเชยผลกระทบจากต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน อัตรากำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 2.4 เนื่องจากปริมาณการผลิตลดลง ทำให้ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยเพิ่มสูงขึ้น แม้ว่าบริษัทจะยังคงควบคุมต้นทุนคงที่ให้อยู่ในระดับปกติ

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 บริษัทมีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 685.3 ล้านบาท ลดลง 172.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 20.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ ร้อยละ 26.5 ลดลงร้อยละ 3.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับ 200.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า และเพิ่มขึ้น 15.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการส่งเสริมการขายตามแผนงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายคงที่ที่ยังคงอยู่ในระดับปกติ ทั้งนี้ บริษัทสามารถบริหารค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้อัตรากำไรขายต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 15.2 ลดลงร้อยละ 0.2 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 ค่าใช้จ่ายในการขายเท่ากับ 396.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 9.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับ 57.6 ล้านบาท ลดลง 5.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.1 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า และลดลง 7.9 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสาเหตุหลักจากการปรับโครงสร้างองค์กรและการบริหารกำลังคนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ อัตราค่าใช้จ่ายในการบริหารต่อยอดขายเท่ากับร้อยละ 4.4 ลดลงร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า และลดลงร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 ค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 120.2 ล้านบาท ลดลง 11.6 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่

รายการ (หน่วย: ล้านบาท)	งวดสามเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน					งวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน		
	Q2/68	Q1/69	Q2/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)		6M/68	6M/69	เพิ่มขึ้น (ลดลง)
				QoQ (%)	YoY (%)			
กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่	129.8	60.3	69.8	15.8%	-46.2%	300.2	130.2	-56.6%
ปรับปรุง ส่วนแบ่งขาดทุนจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	4.7	3.8	6.2	64.0%	30.5%	10.0	10.0	0.0%
กำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่จากการดำเนินงานในธุรกิจหลัก	134.5	64.1	76.0	18.7%	-43.5%	310.2	140.2	-54.8%
อัตรากำไรสุทธิส่วนของบริษัทใหญ่จากการดำเนินงานในธุรกิจหลัก	9.7%	5.0%	5.8%			10.8%	5.4%	

กำไรสุทธิฯ ไตรมาสที่ 2 ปี 2569 เท่ากับ 69.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 15.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า จากรายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้น อัตราค่าไถ่คืนที่ปรับตัวดีขึ้น และการบริหารค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน กำไรสุทธิฯ ลดลง 60.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 46.2 สอดคล้องกับการลดลงของรายได้จากการขาย

สำหรับงวดหกเดือนแรกของปี 2569 กำไรสุทธิฯ เท่ากับ 130.2 ล้านบาท ลดลง 170.0 ล้านบาท หรือร้อยละ 56.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

4. สถานะทางการเงิน

- สินทรัพย์ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 5,891.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 44.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 0.8 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
- หนี้สิน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 3,388.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 181.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 จากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน
- ส่วนของเจ้าของหรือส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 2,502.8 ล้านบาท ลดลง 136.7 ล้านบาท หรือร้อยละ 5.2 เมื่อเทียบกับ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568
- บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดคงเหลือ ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 ทั้งสิ้นจำนวน 124.1 ล้านบาท

5. การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัทเห็นหน้าขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งยกระดับการบริหารจัดการด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและลดความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว

ความคืบหน้าการดำเนินงานด้านความยั่งยืนที่สำคัญ (Key Sustainability Updates)

ประเด็นด้านความยั่งยืน	ความคืบหน้าในไตรมาส 2/2569	ผลลัพธ์ / ความสำคัญ
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	จัดทำแผนพัฒนาระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยตามมาตรฐาน ISO 45001 พร้อมกำหนดเป้าหมายด้านความปลอดภัยและการพัฒนาศักยภาพพนักงาน	สนับสนุนการยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยขององค์กร และเตรียมความพร้อมผู้การรับรอง ISO 45001 ทุกสถานประกอบการภายในปี 2572
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ได้รับการรับรอง Carbon Footprint for Organization (CFO) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 โดยผลการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 รวมอยู่ที่ 31,719 tCO ₂ e ซึ่งต่ำกว่า Absolute Target ที่ 32,068 tCO ₂ e	ผลการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก สะท้อนประสิทธิภาพในการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกและความคืบหน้าตามเป้าหมายลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 1 และ 2 ลงร้อยละ 20 จากปีฐาน 2565 ภายในปี 2573
ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	ยกระดับระบบรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ด้วยการติดตั้ง Endpoint Protection และเชื่อมต่อระบบกับ Security Operation Center (SOC) เพื่อเฝ้าระวังและตอบสนองต่อภัยคุกคามตลอด 24 ชั่วโมง	เสริมสร้างความมั่นคงของระบบสารสนเทศ การคุ้มครองข้อมูล และความพร้อมในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายศุภโชค บำรุงพันธ์)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานบัญชีและการเงิน