

แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี/รายงานประจำปี 2568

แบบ 56-1 SME One Report

(Structured Data Report)

บริษัท เร็ล สมาร์ท จำกัด (มหาชน)

สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2568

สารบัญ

	หน้า
ข้อมูลทั่วไป	
ข้อมูลบริษัท	2
การประกอบธุรกิจของบริษัท	4
ผู้ถือหุ้นรายใหญ่	14
การกำกับดูแลกิจการ และการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	
การบริหารจัดการความเสี่ยง	16
การกำกับดูแลกิจการ	30
โครงสร้างการจัดการ	35
นโยบายการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน	37
ผลการดำเนินงาน	
ข้อมูลทางการเงิน	39
งบการเงิน	40
โครงสร้างรายได้	44
อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	45
คำอธิบายเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินการ	46
ข้อมูลสำคัญอื่นๆ	
สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ	49
ประวัติการออกหุ้นเพิ่มทุน	50
รายการระหว่างกัน (ย้อนหลัง 1 ปี)	51
ข้อพิพาททางกฎหมาย	52
รายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท	
รายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท	55

ข้อมูลบริษัท

ข้อมูลบริษัท

ชื่อบริษัท

บริษัท เร็ยล สมารท์ จำกัด (มหาชน)

ชื่อย่อหลักทรัพย์

REAL25

เลขทะเบียนนิติบุคคล

0107568000132

วันจัดตั้งบริษัท

12 พ.ย. 2558

เบอร์โทรศัพท์

021509550

ที่ตั้งสำนักงาน

32 ประเสริฐมนูกิจ จรเข้บัว ลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230

ทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว

ทุนจดทะเบียน

34,177,000.00 บาท

หุ้นสามัญ

34,177,000 หุ้น

มูลค่าหุ้น

1.00 บาท

เรียกชำระแล้ว

34,177,000.00 บาท

หุ้นบุริมสิทธิ

0 หุ้น

โลโก้บริษัท



RealSmart

เว็บไซต์ / โซเชียลมีเดีย

<https://www.realsmart.co.th>

การประกอบธุรกิจของบริษัท

การประกอบธุรกิจของบริษัท

ลักษณะธุรกิจ

บริษัท เรียวล์ สมารท์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ” หรือ “เรียวล์ สมารท์”) เป็นผู้ให้บริการด้าน AI Data Technology แบบครบวงจร โดยมุ่งเน้นการให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ (Enterprise Sector) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยความเชี่ยวชาญในการพัฒนา ซอฟต์แวร์ AI และ Data Platform ด้วยตนเอง บริษัทฯ ได้สะสมทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์จำนวนทั้งสิ้น 14 นวัตกรรม ซึ่งครอบคลุมระบบวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics), ระบบปัญญาประดิษฐ์เพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic AI), ระบบอัตโนมัติด้วย Machine Learning และระบบวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก

บริษัทฯ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2558 โดยเริ่มต้นจากการให้บริการด้าน Social Listening และ Data Analytics

ในช่วงเวลาที่ตลาดการวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว

ด้วยการตอบสนองของความต้องการของลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ได้อย่างตรงจุด ทำให้บริษัทฯ มีฐานลูกค้าที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

จากประสบการณ์การให้บริการด้านข้อมูล บริษัทฯ เล็งเห็นถึงข้อจำกัดและความเสี่ยงของการพึ่งพาซอฟต์แวร์จากผู้ให้บริการรายอื่น จึงตัดสินใจลงทุนในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง

ด้วยเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการให้เป็นมาตรฐานสากล บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ISO จำนวน 4

รายการ ISO 9001: ระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System) ISO/IEC 27001:

ระบบบริหารความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล (Information Security Management System) ISO/IEC 27701:

ระบบบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Information Management System) ISO/IEC 29110 :

มาตรฐานคุณภาพกระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software Development Lifecycle Process Standard) เพิ่มเติม

การรับรองดังกล่าวตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทฯ ในการให้บริการลูกค้าด้วยมาตรฐานระดับโลก

โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าบริษัทขนาดใหญ่และบริษัทข้ามชาติ

บริษัทฯ ได้ขยายการลงทุนในด้าน วิจัยและพัฒนาซอฟต์แวร์ (R&D) อย่างจริงจัง เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดเทคโนโลยี AI อย่างต่อเนื่อง

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2568 บริษัทฯ ได้จดลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์เพิ่มเติมรวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 14 นวัตกรรม

ด้วยความพร้อมทั้งในด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการบริหารคุณภาพ บริษัทฯ

พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความหลากหลายและยืดหยุ่น เพื่อรองรับการประยุกต์ใช้งานขององค์กรขนาดใหญ่ในหลายอุตสาหกรรม

วิสัยทัศน์ของบริษัท

เป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี AI และการวิเคราะห์ข้อมูลระดับองค์กรในภูมิภาคอาเซียน

ที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรสู่การตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Decision Making) อย่างยั่งยืน

พันธกิจ

- วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี AI และ Big Data ที่ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรขนาดใหญ่
- ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยให้ลูกค้าเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล ความปลอดภัยของข้อมูลและการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม

- สร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม ที่สนับสนุนการเรียนรู้ของบุคลากร และการเติบโตร่วมกันกับสังคม ขยายความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ

แผนกลยุทธ์

กลยุทธ์หลักของบริษัท (Strategic Roadmap)

บริษัท เร็ว สมาร์ท จำกัด (มหาชน) ได้วางแผนกลยุทธ์ระยะกลางถึงระยะยาวอย่างเป็นระบบ เพื่อผลักดันการเติบโตอย่างยั่งยืน และเสริมสร้างความแข็งแกร่งในฐานะผู้นำด้าน AI Data Technology โดยครอบคลุมใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ การเติบโต ผลผลิต การตลาด พันธมิตร และทรัพยากรบุคคล ดังรายละเอียดต่อไปนี้:

1) **กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy)** วางรากฐานเพื่อขยายฐานลูกค้าและรายได้อย่างยั่งยืน ผ่านการเจาะตลาดเชิงกลยุทธ์ทั้งในและต่างประเทศ

- ขยายฐานลูกค้าในประเทศ มุ่งเน้นองค์กรขนาดใหญ่ที่ยังไม่ได้ประยุกต์ใช้ AI อย่างเต็มรูปแบบ โดยเน้นอุตสาหกรรมที่มี Pain Point ชัดเจน เช่น พลังงาน, ประกันภัย และการเงิน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีข้อมูลจำนวนมากและมีศักยภาพสูงในการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบ AI
- ขยายสู่ตลาดต่างประเทศ เริ่มต้นจากตลาดในกลุ่มอาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม และมาเลเซีย ซึ่งมีลักษณะความต้องการด้านเทคโนโลยีใกล้เคียงกัน และยังมีช่องว่างสูงในการนำ AI ไปใช้งานในระดับองค์กร (AI Adoption Gap)
- เพิ่มผลผลิตในรูปแบบ Subscription เปลี่ยนจากบริการแบบโครงการ (Project-Based) ไปสู่การให้บริการในรูปแบบ SaaS (Software as a Service) เพื่อสร้างรายได้ประจำ (Recurring Revenue) อย่างต่อเนื่องและสามารถขยายฐานผู้ใช้ได้ในวงกว้าง

2) **กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)** มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ตลาดยุคใหม่ที่ต้องการความรวดเร็ว ยืดหยุ่น และใช้งานง่าย

- พัฒนาแพลตฟอร์ม AI + Data แบบ Self-Service สร้างเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรสามารถใช้งาน วิเคราะห์ และสร้าง Insight ได้ด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาทีมเทคนิคในทุกขั้นตอน ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความคล่องตัวในการตัดสินใจ
- พัฒนาโมดูล AI-as-a-Service (AlaaS) แยกบริการ AI ออกเป็นโมดูลเฉพาะทางที่ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว เช่น Customer Insight, Credit Scoring, Demand Forecasting ช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้งานเฉพาะส่วนที่ตรงกับความต้องการ และนำไปใช้ได้ทันที

3) **กลยุทธ์ด้านการตลาด (Go-to-Market Strategy)**

สร้างความได้เปรียบในการเข้าถึงและดูแลลูกค้าด้วยแนวทางการขายที่มีความเข้าใจธุรกิจอย่างลึกซึ้ง

- Consultative Selling ใช้ทีมขายเชิงกลยุทธ์ที่มีความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีและธุรกิจ เพื่อเข้าใจปัญหาของลูกค้าและออกแบบโซลูชันที่ตอบโจทย์เฉพาะราย
- สร้าง Customer Success Framework
- พัฒนาโครงสร้างการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่องหลังการขาย เพื่อส่งเสริมการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ เพิ่มความพึงพอใจ และรักษาระดับลูกค้าในระยะยาว

4) **กลยุทธ์ด้านพันธมิตร (Partnership Strategy)** เสริมสร้างระบบนิเวศของธุรกิจด้วยความร่วมมือในหลากหลายมิติ

- พันธมิตรด้านเทคโนโลยี ร่วมมือกับผู้ให้บริการชั้นนำระดับโลก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความเชื่อมั่นในด้านโครงสร้างพื้นฐานของแพลตฟอร์ม
- พันธมิตรด้านการให้บริการ ทำงานร่วมกับ System Integrators และบริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจ เพื่อเข้าถึงลูกค้าใหม่ในภาคอุตสาหกรรมที่บริษัทฯ ยังไม่เคยให้บริการโดยตรง
- พันธมิตรด้านวิจัยและการศึกษา ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ และสร้างบุคลากร AI

ที่มีคุณภาพเข้าสู่ระบบอย่างต่อเนื่อง

5) กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ (People Strategy) สร้างทีมงานคุณภาพสูงที่พร้อมขับเคลื่อนองค์กรในโลกของเทคโนโลยีแห่งอนาคต

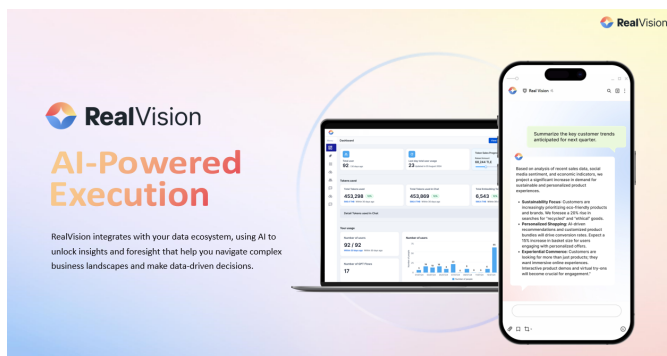
- เสริมสร้างทีม AI และ Data ที่แข็งแกร่ง จัดโครงสร้างทีมที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญหลากหลายด้าน เช่น Data Science, Data Engineering, AI R&D และ Business Design เพื่อรองรับโครงการเชิงลึกได้อย่างครบวงจร
- Upskill & Reskill อย่างต่อเนื่อง ลงทุนในการพัฒนาทักษะของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ผ่านโปรแกรมฝึกอบรมภายใน และส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ด้าน AI, Data, Business Intelligence รวมถึง Soft Skills ด้านการสื่อสารและการแก้ปัญหาเชิงกลยุทธ์

สินค้าและบริการ

Product - Real Vision

AI Data Platform สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ Real Vision เป็นแพลตฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูลแบบครบวงจร ออกแบบมาเพื่อองค์กรที่ต้องการใช้ AI ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร

แบบ Real-time ครอบคลุมการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค สินค้า และบริการ เพื่อสนับสนุนการวางแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างแม่นยำ



Product - Real Listening

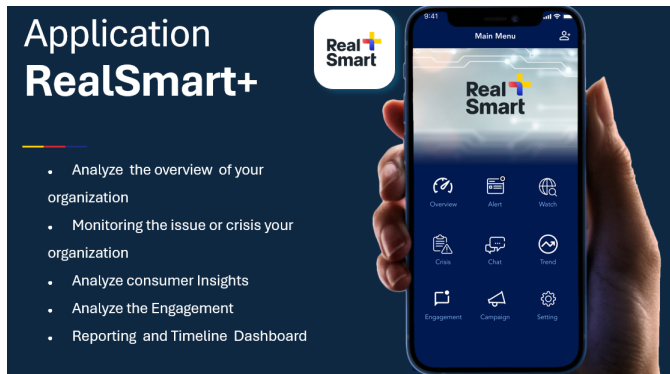
ซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลจากโซเชียลมีเดียแบบเรียลไทม์ Real Listening เป็นเครื่องมือด้าน Social Listening ที่สามารถติดตามข้อมูลจากแหล่งโซเชียลมีเดียสาธารณะต่าง ๆ แบบครบถ้วน ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภค (Sentiment Analysis), พฤติกรรมการแสดงความคิดเห็น (Engagement Analysis) และแนวโน้มของกระแสต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ สินค้า หรือบริการ



Product - RealSmart+ Application

แอปพลิเคชันสำหรับการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค RealSmart+

คือแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อผู้บริหารและนักการตลาดในการเข้าถึงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านอุปกรณ์มือถือหรือแท็บเล็ต โดย สามารถดูข้อมูลแบบ Dashboard, วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ, ตรวจสอบแนวโน้ม และสร้างรายงานแบบเรียลไทม์ได้ทันที



Product - Real Protection

ระบบปกป้องแบรนด์จากภัยคุกคามบนโลกออนไลน์ Real Protection เป็นเครื่องมือในการเฝ้าระวังชื่อเสียงของแบรนด์ (Brand Reputation Monitoring)

ตรวจจับข้อความและเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในโลกออนไลน์ เช่น การกล่าวอ้างเท็จ การวิจารณ์ในเชิงลบ และข้อมูลที่น่าจะละเมิดสิทธิทางแบรนด์ พร้อมระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติให้ทีมงานตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว



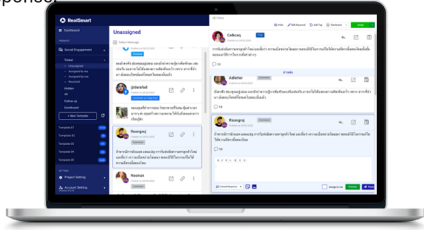
Product - Real Engagement

ระบบบริหารจัดการการสื่อสารและดูแลลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดีย Real Engagement

เป็นซอฟต์แวร์ที่รวบรวมทุกช่องทางโซเชียลมีเดียขององค์กรไว้ในที่เดียว รองรับการตอบกลับข้อความ ความคิดเห็น และการบริหารจัดการอินเทอร์แอคชันกับลูกค้าแบบครบวงจร พร้อมพีแอร์วีวิเคราะห์ประสิทธิภาพของทีม CS และการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Sentiment)



From Comment to Confidence — Smart, Seamless Social Response.”



Service -Real Monitoring

บริการเฝ้าระวังและมอนิเตอร์ข้อมูลบนโซเชียลมีเดียแบบเรียลไทม์

บริการมอนิเตอร์ข้อมูลและข้อความจากโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ แบบเรียลไทม์

เพื่อให้ลูกค้าทราบความเคลื่อนไหว ความคิดเห็น

และการกล่าวถึงแบรนด์ สินค้า หรือบริการได้อย่างทันท่วงที เหมาะสำหรับการติดตามผลแคมเปญ การวิเคราะห์ความรู้สึก (Sentiment) และการบริหารจัดการชื่อเสียง (Reputation Management)



Service - Real Data Analytic

บริการวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์เชิงลึกเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ให้บริการวิเคราะห์ข้อมูลออนไลน์ (Online Data)

อย่างเป็นระบบ โดยใช้เครื่องมือด้าน AI และ Machine Learning ในการประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก เช่น

ข้อความจากโซเชียลมีเดีย รีวิวลูกค้า ข่าวสาร และข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อสร้าง Insight

ที่สามารถนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ



Real Data Analytic

Analytics & Data Driven solutions that transform your social data into actionable business intelligence.

Service - Real Digital Agency

บริการด้านการตลาดดิจิทัลครบวงจรภายใต้การขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Marketing) ให้บริการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร ครอบคลุมการสร้างแบรนด์, การออกแบบแคมเปญ, การซื้อสื่อโฆษณาออนไลน์ (Media Buying), การบริหารโซเชียลมีเดีย และการวิเคราะห์ผลตอบรับ โดยเน้นการใช้ข้อมูลเชิงลึกเป็นเครื่องมือหลักในการปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย



Real Digital Agency

AI-Powered Content & Campaign Execution that elevates your social media presence with cutting-edge technology.

Service - Real Contact Center

บริการศูนย์คอนแทคเซ็นเตอร์ครบวงจร พร้อมระบบ AI ช่วยสนับสนุนการทำงาน ให้บริการศูนย์ติดต่อแบบครบวงจรสำหรับองค์กรที่ต้องการเสริมประสิทธิภาพด้านการบริการลูกค้า (Customer Support) และการสื่อสารแบบ Omnichannel ทั้งทางโทรศัพท์ แชท โซเชียลมีเดีย และอีเมล พร้อมระบบสนับสนุนด้วย AI Chatbot และระบบวิเคราะห์การตอบสนองของเจ้าหน้าที่แบบเรียลไทม์



Real Contact Center

Admin Services that keep your social media operations running smoothly and efficiently.

Service - Real Crisis Management

บริการบริหารจัดการวิกฤตออนไลน์แบบครบวงจร ให้คำปรึกษาและบริหารจัดการภาวะวิกฤตในโลกออนไลน์อย่างมีระบบ ทั้งในเชิงการสื่อสาร การติดตามสถานการณ์ และการดำเนินมาตรการเชิงรุก

เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์ในช่วงเวลาอันสั้น โดยบริการครอบคลุมตั้งแต่การเตรียมแผนรองรับวิกฤต (Crisis Preparedness), การตอบโต้ทันทีในภาวะวิกฤต (Real-time Response) ไปจนถึงการฟื้นฟูภาพลักษณ์หลังวิกฤต (Reputation Recovery)



Risk & Crisis Response

Crisis Management protocols and systems to protect your brand reputation when challenges arise.

กลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท บริษัท เรียวล์ สมาร์ท จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการให้บริการแก่ องค์กรขนาดใหญ่และบริษัทมหาชนที่มีความซับซ้อนทางโครงสร้างธุรกิจ มีจำนวนพนักงานตั้งแต่ 500 คนขึ้นไป และมีงบประมาณด้านเทคโนโลยีในระดับกลางถึงสูง (โดยเฉลี่ย 10-500 ล้านบาทต่อปี) ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุค AI Transformation

กลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีความต้องการเฉพาะด้านในการนำ เทคโนโลยี AI และ Big Data มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และการขับเคลื่อนองค์กรในยุคดิจิทัล

ลักษณะความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

1. ต้องการข้อมูลเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรจำเป็นต้องใช้ระบบที่สามารถรวบรวม วิเคราะห์ และแสดงผลข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Real-time) เพื่อวางกลยุทธ์ และตัดสินใจได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว
2. ขาดความเชี่ยวชาญด้าน AI ภายในองค์กร แม้หลายองค์กรจะมีทีม IT ภายใน แต่ขาดความสามารถในการเชื่อมโยง AI Solution

เข้ากับเป้าหมายทางธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม บริษัท เรียวล์ สมาร์ท จำกัด (มหาชน) จึงเข้ามาเติมเต็มด้วยทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญทั้งด้าน Business, Data และ AI อย่างครบวงจร

3. ต้องการแพลตฟอร์มที่ปรับแต่งได้ตามความต้องการ (Customizable AI Platform) โซลูชันจากผู้ให้บริการต่างประเทศมักมีต้นทุนสูงและไม่สอดคล้องกับโครงสร้างองค์กรไทย เรียวล์ สมาร์ทสามารถออกแบบ AI Platform ที่ยืดหยุ่นและปรับแต่งเฉพาะสำหรับแต่ละองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล องค์กรต้องการผู้ให้บริการที่มีระบบรองรับข้อกำหนดทางกฎหมาย เช่น PDPA (ของไทย) และ GDPR (ของยุโรป) บริษัทฯ มีมาตรการและระบบที่สอดคล้องกับข้อกำหนดเหล่านี้อย่างครบถ้วนเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในการดำเนินงานด้านข้อมูล

5. ต้องการที่ปรึกษาและพันธมิตรระยะยาว ลูกค้าต้องการมากกว่าการส่งมอบระบบ คือบริการที่ปรึกษาเชิงลึกต่อเนื่อง โดยบริษัทฯ มีทีม AI Consultant และ Customer Success ที่คอยดูแลการใช้งานและพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง ตลอดอายุการใช้งาน

อุตสาหกรรมเป้าหมายหลัก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ ครอบคลุมองค์กรในอุตสาหกรรมที่มีข้อมูลจำนวนมาก และมีความซับซ้อนทางกระบวนการดำเนินงานธุรกิจ ได้แก่:

- พลังงานและสาธารณูปโภค (Energy & Utilities) เช่น บริษัทไฟฟ้า น้ำประปา และพลังงานทางเลือก
- การเงินและธนาคาร (Banking & Financial Services) เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริษัทหลักทรัพย์ สถาบันการเงิน
- ประกันภัย (Insurance) เช่น บริษัทประกันชีวิต ประกันสุขภาพ และประกันวินาศภัย
- โทรคมนาคม (Telecommunications) เช่น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายมือถือ
- อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่กำลังอยู่ในช่วง AI Adoption เช่น โลจิสติกส์ สุขภาพ และกลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่

โครงสร้างรายได้แบ่งตามหมวดหมู่อุตสาหกรรมของลูกค้า

ในปี 2024 มูลค่าตลาดของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม มีรายละเอียดดังนี้:

กลุ่มเทคโนโลยี มีมูลค่าสูงสุดที่ประมาณ 89.48 ล้านบาท คิดเป็น 45.20% ของมูลค่ารวมทั้งหมด

กลุ่มบริการ อยู่ที่ประมาณ 27.12 ล้านบาท หรือ 13.70%

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง มีมูลค่า 21.34 ล้านบาท คิดเป็น 10.78%

กลุ่มทรัพยากร อยู่ที่ 20.26 ล้านบาท หรือ 10.23%

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม อยู่ที่ 13.50 ล้านบาท หรือ 6.82%

กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีมูลค่า 9.21 ล้านบาท คิดเป็น 4.65%

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค อยู่ที่ 8.61 ล้านบาท หรือ 4.35%

กลุ่มธุรกิจการเงิน มีมูลค่า 8.44 ล้านบาท คิดเป็น 4.26%

มูลค่ารวมของตลาดทั้งหมดในปี 2024 อยู่ที่ประมาณ 197.96 ล้านบาท

ในปี 2023 มูลค่าตลาดของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม มีรายละเอียดดังนี้:

กลุ่มเทคโนโลยี มีมูลค่าสูงสุดที่ประมาณ 89.72 ล้านบาท คิดเป็น 39.29% ของมูลค่ารวม

กลุ่มบริการ มีมูลค่าประมาณ 32.14 ล้านบาท หรือ 14.07%

กลุ่มทรัพยากร อยู่ที่ 30.67 ล้านบาท หรือ 13.43%

กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง อยู่ที่ 22.91 ล้านบาท หรือ 10.03%

กลุ่มธุรกิจการเงิน มีมูลค่า 18.24 ล้านบาท คิดเป็น 7.99%

กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม อยู่ที่ 16.29 ล้านบาท หรือ 7.13%

กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีมูลค่า 9.82 ล้านบาท คิดเป็น 4.30%

กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค อยู่ที่ 8.58 ล้านบาท หรือ 3.76%

มูลค่ารวมตลาดทั้งหมดในปี 2023 อยู่ที่ประมาณ 228.37 ล้านบาท

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ผู้ถือหุ้นรายใหญ่

หน่วย: หุ้น

ชื่อ-นามสกุล	สัดส่วนผู้ถือหุ้น (ล่าสุด)	คิดเป็นร้อยละ
ภูกิจ ดิศธรานนท์	13,429,146	39.29
รุ่งโรจน์ โชคงามวงศ์	5,454,619	15.96
อุกฤษฏ์ ตั้งสีบกุล	3,422,895	10.02
ชุตติไชย นภาศัพท์	2,840,000	8.31
วรวิมล กิตติอุดม	1,863,792	5.45
บริษัท มั่นเต็ด โฮลดิ้ง จำกัด	1,791,906	5.24
วีระชัย เตชะวิจิตร	1,688,300	4.94
ชนิกานต์ เลิศขวลิตานนท์	1,606,319	4.70
สายฝน หมั่นสนาม	1,558,500	4.56
ผู้ถือหุ้นรายย่อยอื่นๆ	343,793	1.01
ธานินทร์ พานิชชีวะ	177,730	0.52
รวม	34,177,000	100.00

การบริหารจัดการความเสี่ยง

การบริหารจัดการความเสี่ยง

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ (Compliance and Legal Risk)

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทฯ อาจเผชิญความเสี่ยงจากการที่บุคลากรในองค์กรขาดความรู้ ความเข้าใจ หรือการตระหนักถึงกฎหมาย ระเบียบ หรือแนวนโยบายสำคัญของบริษัทฯ ทั้งในระดับการกำกับดูแลและการปฏิบัติงาน ซึ่งอาจนำไปสู่การกระทำที่ขัดต่อกฎหมายหรือจริยธรรมทางธุรกิจ และก่อให้เกิดความเสียหายทั้งในทางกฎหมายและชื่อเสียง

5.1 ผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้ และความเข้าใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

5.2 พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ ข้อเสนอแนะหรือข้อกฎหมาย หรือไม่ปฏิบัติตามระเบียบบริษัทฯ จนอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดี

5.3 พนักงานไม่ปฏิบัติตามหลักการพัฒนางานอย่างยั่งยืน (ESG)

5.4 ละเมิดการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA)

สาเหตุความเสี่ยง

5.1 ผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้ และความเข้าใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

สาเหตุ : ขาดการอบรมและเผยแพร่ความรู้ที่เพียงพอเกี่ยวกับนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันแก่พนักงานและกรรมการบริษัท

5.2 พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ ข้อเสนอแนะหรือข้อกฎหมาย หรือไม่ปฏิบัติตามระเบียบบริษัทฯ จนอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดี

สาเหตุ : ขาดการสื่อสารและอบรมความรู้เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ ข้อกฎหมาย และระเบียบบริษัท ทำให้พนักงานไม่ทราบหรือไม่สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง

5.3 พนักงานไม่ปฏิบัติตามหลักการพัฒนางานอย่างยั่งยืน (ESG)

สาเหตุ : ไม่มีการวางแผนหรือดำเนินการตามหลักการพัฒนางานอย่างยั่งยืน (ESG) อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

5.4 ละเมิดการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA)

สาเหตุ : ขาดมาตรการควบคุมและป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลส่วนบุคคลที่เหมาะสม รวมถึงขาดการบริหารจัดการข้อมูลและการบริหารสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลอย่างเข้มงวด

ผลกระทบ

5.1 ผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้ และความเข้าใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

ผลกระทบ : บริษัทฯ อาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดีจากการกระทำที่ทุจริตและผิดกฎหมายของผู้ปฏิบัติงาน

5.2 พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ ข้อสัญญาหรือข้อกำหนด หรือไม่ปฏิบัติตามระเบียบบริษัทฯ จนอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดี

ผลกระทบ : บริษัทฯ ในฐานะนายจ้างอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดีจากการกระทำที่ผิดกฎหมายของผู้ปฏิบัติงาน

5.3 พนักงานไม่ปฏิบัติตามหลักการพัฒนางานอย่างยั่งยืน (ESG)

ผลกระทบ : บริษัทฯ ไม่มีการเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกด้านตามหลัก ESG

5.4 ละเมิดการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA)

ผลกระทบ : เกิดกระแสต่อต้าน ชัดขวางอุตสาหกรรมการรับฟังทางสังคม (social listening)

มาตรการความเสี่ยง / มาตรการรองรับ

5.1 ผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้ และความเข้าใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

มาตรการความเสี่ยง :

- ทบทวนนโยบาย และแนวทางการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption) และนโยบายกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Policy) ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
- บริษัทฯ กำหนดแนวทาง หรือกระบวนการควบคุมภายในเพิ่มเติมให้เป็นแนวทางปฏิบัติ และมีการตรวจสอบ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- จัดอบรมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบจากการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและแนวทางการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption) และนโยบายกำกับดูแลกิจการ(Corporate Governance Policy)

5.2 พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์ ข้อสัญญาหรือข้อกำหนด หรือไม่ปฏิบัติตามระเบียบบริษัทฯ จนอาจถูกฟ้องร้องดำเนินคดี

มาตรการความเสี่ยง :

- ทบทวนขั้นตอนการทำงานเพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ
- พัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มความรู้ในด้านกฎหมายมากขึ้น
- ศึกษาติดตาม และ อัปเดตการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ
- พนักงานไม่สามารถลงโปรแกรม software ใดๆ ในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยไม่ได้รับอนุญาต

5.3 พนักงานไม่ปฏิบัติตามหลักการพัฒนางานอย่างยั่งยืน (ESG)

มาตรการความเสี่ยง :

- ทบทวนนโยบายและประกาศต่าง ๆ ของบริษัทฯ เกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นประจำ
- สร้างความตระหนักรู้ในหน่วยงานต่าง ๆ ถึงเป้าหมายการพัฒนางานอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ
- เพิ่มนโยบายการลดพลังงานที่ไม่จำเป็นในบริษัทฯ

5.4 ละเมิดการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 (PDPA)

มาตรการความเสี่ยง :

- ทบทวนนโยบายและประกาศต่างๆ ของบริษัทเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

- ทบทวนกระบวนการภายในบริษัทฯ เกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลเป็นประจำสม่ำเสมอ
- สร้างความตระหนักรู้ให้พนักงานเกี่ยวกับความสำคัญของการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- ศึกษาติดตามและอัปเดตการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ

อื่นๆ

-

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk)

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทฯ ดำเนินงานในธุรกิจที่ต้องอาศัยความแม่นยำของกระบวนการ ระบบ และบุคลากร

ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ ความต่อเนื่อง และคุณภาพของการให้บริการ โดยสามารถจำแนกประเด็นความเสี่ยงได้ดังนี้

3.1 ความเสี่ยงจากการที่กําลังคนไม่เพียงพอกับปริมาณงาน เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มกําลังคนได้ตามแผนประจำปีที่วางไว้

สาเหตุความเสี่ยง

3.1 ความเสี่ยงจากการที่กําลังคนไม่เพียงพอกับปริมาณงาน เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มกําลังคนได้ตามแผนประจำปีที่วางไว้

สาเหตุ : ไม่สามารถเพิ่มกําลังคนได้ตามแผนประจำปีเนื่องจากกระบวนการสรรหาล่าช้าและการแข่งขันในตลาดแรงงานสูง ทำให้กําลังคนไม่เพียงพอต่อปริมาณงาน

ผลกระทบ

3.1 ความเสี่ยงจากการที่กําลังคนไม่เพียงพอกับปริมาณงาน เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มกําลังคนได้ตามแผนประจำปีที่วางไว้

ผลกระทบ : ไม่สามารถปฏิบัติงานตามงานที่ได้รับมอบหมายได้เนื่องจากกําลังคนไม่เพียงพอ

มาตรการความเสี่ยง / มาตรการรองรับ

3.1 ความเสี่ยงจากการที่กําลังคนไม่เพียงพอกับปริมาณงาน เนื่องจากไม่สามารถเพิ่มกําลังคนได้ตามแผนประจำปีที่วางไว้

มาตรการความเสี่ยง :

- ทบทวนแผนอัตรากําลังคน และเน้นการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ เพื่อรองรับการขยายงานที่เพิ่มขึ้นตามแผนกลยุทธ์
- จัดทำระบบการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งสำคัญในองค์กร (Succession Plan)
- พัฒนา Career Path เพื่อรองรับการเติบโตของพนักงานทุกระดับ
- นำข้อมูลจาก Salary Survey มาวิเคราะห์ประกอบการพิจารณาปรับโครงสร้างเงินเดือน ให้สอดคล้องกับตลาด เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้สมัครงาน และพนักงานในองค์กร
- รับสมัครงานจากสถาบันการศึกษาที่เป็นเป้าหมาย
- ประกาศรับสมัครงานผ่านทาง Website / Social Media เพิ่มเติมจากช่องทางเดิม

อื่นๆ

-

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี (Technology Risk)

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทฯ อาจเผชิญกับความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินงาน ความปลอดภัยของข้อมูล และความน่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้า หากไม่มีการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาความเสี่ยงที่สำคัญ ดังนี้

4.1 การโจมตีจากไวรัสคอมพิวเตอร์และการแฮกระบบ

4.2 การรั่วไหลของข้อมูลลูกค้าไปนอกองค์กร (Data Leak)

4.3 AWS ล่มทั่วโลก จะทำให้ลูกค้า และ พนักงาน ไม่สามารถใช้งานระบบได้

สาเหตุความเสี่ยง

4.1 การโจมตีจากไวรัสคอมพิวเตอร์และการแฮกระบบ

สาเหตุ : การขาดมาตรการป้องกันไวรัสและการแฮกที่เข้มงวด รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัยที่ไม่เพียงพอ ทำให้ระบบถูกโจมตีและถูกแฮกได้ง่าย

4.2 การรั่วไหลของข้อมูลลูกค้าไปนอกองค์กร (Data Leak)

สาเหตุ : การบริหารจัดการสิทธิ์และอุปกรณ์ไม่เข้มงวด เช่น ไม่มีการล็อคพอร์ต USB ไม่มีการยกเลิกสิทธิ์ของพนักงานที่ลาออก และการจัดเก็บข้อมูลที่ไม่ปลอดภัย ส่งผลให้ข้อมูลลูกค้ารั่วไหลออกนอกองค์กรได้

4.3 AWS ล่มทั่วโลก จะทำให้ลูกค้า และ พนักงาน ไม่สามารถใช้งานระบบได้

สาเหตุ : หากบริษัทฯ ไม่มีระบบสำรองข้อมูลและศูนย์ข้อมูลทดแทน (DR Site) ที่พร้อมใช้งาน จะทำให้ระบบไม่สามารถให้บริการลูกค้าและพนักงานได้อย่างต่อเนื่อง

ผลกระทบ

4.1 การโจมตีจากไวรัสคอมพิวเตอร์และการแฮกระบบ

ผลกระทบ :

- เกิดช่องโหว่ด้านความปลอดภัย อาจจะถูกโจมตี หรือ บุกรุกจากพวก Hacker ได้
- ส่งผลกระทบการทำงานของพนักงานทั้งออฟฟิศเนื่องจากอาจจะต้องหยุดชะงักการทำงานในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

4.2 การรั่วไหลของข้อมูลลูกค้าไปนอกองค์กร (Data Leak)

ผลกระทบ :

- องค์กรเสียชื่อเสียง ขาดความน่าเชื่อถือ
- อาจถูกฟ้องร้อง แพ้คดี ถูกตัดสินไหม้โทษปรับ หรือโทษจำคุก

- สูญเสียลูกค้าในอนาคต
- โดนระงับการทำธุรกรรมใดๆ

4.3 AWS ล่มทั่วโลก จะทำให้ลูกค้า และ พนักงาน ไม่สามารถใช้งานระบบได้

ผลกระทบ : มีโอกาสในการสูญเสียลูกค้า

มาตรการความเสี่ยง / มาตรการรองรับ

4.1 การโจมตีจากไวรัสคอมพิวเตอร์และการแฮกระบบ

มาตรการความเสี่ยง :

- ติดตั้ง Firewall เพิ่ม Policy การใช้งานต่างๆ ให้ปลอดภัยมากขึ้น
- ทีม IT support สุ่มตรวจ Log file การใช้งานของ user ทุกเดือน และรายงานหัวหน้างานเพื่อทราบ
- ให้ทีม Dev ศึกษาและจัดทำแผน CI&CD เพื่อการ deploy code ให้มีคุณภาพมากขึ้น
- ศึกษา ตรวจสอบ และทดสอบระบบความปลอดภัย ทำ Pentest

4.2 การรั่วไหลของข้อมูลลูกค้าไปนอกองค์กร (Data Leak)

มาตรการความเสี่ยง :

- เพิ่มมาตรการตรวจสอบ หรือ ป้องกันข้อมูล ตอนพนักงานลาออก
- กำหนด Checklist ขั้นตอนให้ผู้ดูแลระบบทำการลบสิทธิ์การเข้าถึงของพนักงานที่ลาออก
- สร้างความตระหนักให้กับพนักงานถึงความสำคัญของข้อมูลบริษัท และการรักษาข้อมูลความลับของบริษัทฯ ตามลำดับชั้นความลับ
- มีมาตรการเพิ่มเติมในการลบหรือย้ายข้อมูลสำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์หรือ USB ที่สูญหาย

4.3 AWS ล่มทั่วโลก จะทำให้ลูกค้า และ พนักงาน ไม่สามารถใช้งานระบบได้

มาตรการความเสี่ยง :

- จัดทำระบบ backup ต่าง Region ให้กับ server ที่สำคัญ
- จัดหา Cloud service เจ้าอื่นมาทำ Backup system & Data เพิ่มเติม
- จัดหา DR Site เพิ่มเติมที่พร้อมใช้งาน

อื่นๆ

-

ความเสี่ยงด้านการดำเนินกลยุทธ์ (Strategic Risk)

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทฯ อาจเผชิญกับความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ที่ส่งผลกระทบต่อทิศทางการเติบโตและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ ในระยะยาว โดยสามารถจำแนกเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

- 1.1 การหาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถตรงกับแผนกลยุทธ์ / แผนธุรกิจใหม่
- 1.2 ความเสี่ยงจากความไม่สม่ำเสมอของรายได้ เนื่องจากเป็นงานโครงการซึ่ง ระยะเวลาดำเนินการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขั้นตอน ความซับซ้อน และลักษณะความต้องการ (Requirement) ของลูกค้าเป็นหลัก
- 1.3 ความเสี่ยงจากสัดส่วนรายได้หลักมาจากกลุ่มลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย
- 1.4 ความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหตุปัจจัยภายนอก (External factor) เช่น สงคราม โรคระบาด หรือภัยพิบัติต่าง ๆ
- 1.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค หรือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Technology Disruption)
- 1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารและบุคลากร
- 1.7 คู่แข่งในอุตสาหกรรมมีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาที่สูงขึ้น

สาเหตุความเสี่ยง

- 1.1 การหาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถตรงกับแผนกลยุทธ์ / แผนธุรกิจใหม่

สาเหตุ : ตลาดแรงงานมีการแข่งขันสูง ส่งผลให้การหาบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะทางหรือทักษะใหม่ ๆ ตามแผนกลยุทธ์ทำได้ยาก และองค์กรอาจยังไม่มีแผนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้รองรับกลยุทธ์ใหม่ได้อย่างเพียงพอ

- 1.2 ความเสี่ยงจากความไม่สม่ำเสมอของรายได้ เนื่องจากเป็นงานโครงการซึ่ง ระยะเวลาดำเนินการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขั้นตอน ความซับซ้อน และลักษณะความต้องการ (Requirement) ของลูกค้าเป็นหลัก

สาเหตุ : รายได้ขึ้นอยู่กับจำนวนและขนาดของโครงการใหม่ที่ได้รับ อีกทั้งลักษณะความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเฉพาะ ทำให้อาจเกิดความไม่แน่นอนด้านกระแสรายได้

- 1.3 ความเสี่ยงจากสัดส่วนรายได้หลักมาจากกลุ่มลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย

สาเหตุ : องค์กรยังพึ่งพิงลูกค้าหลักเป็นกลุ่มใหญ่เพียงไม่กี่ราย โดยยังไม่มีกระจายฐานลูกค้าในกลุ่มหรืออุตสาหกรรมอื่นเพียงพอ

- 1.4 ความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหตุปัจจัยภายนอก (External factor) เช่น สงคราม โรคระบาด หรือภัยพิบัติต่าง ๆ

สาเหตุ : ขาดแผนรับมือและการเตรียมความพร้อมที่เพียงพอในการจัดการกับสถานการณ์ฉุกเฉินหรือเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ทำให้องค์กรต้องปรับตัวและเปลี่ยนแผนกะทันหัน ส่งผลต่อเป้าหมายหรือทรัพยากรที่วางไว้

- 1.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค หรือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Technology Disruption)

สาเหตุ : การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคเกิดขึ้นรวดเร็วเกินกว่าที่องค์กรจะปรับกลยุทธ์หรือพัฒนานวัตกรรมได้ทัน
จึงอาจสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารและบุคลากร

สาเหตุ : องค์กรยังขาดระบบการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง และการกระจายความรู้ในงานสำคัญ
เมื่อบุคลากรหรือผู้บริหารหลักออกจากองค์กร จึงเกิดช่องว่างในกระบวนการทำงาน

1.7 คู่แข่งในอุตสาหกรรมมีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาที่สูงขึ้น

สาเหตุ : จำนวนผู้เล่นในตลาดที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการแข่งขันจากทั้งรายเดิมและรายใหม่ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น
และเกิดการแข่งขันด้านราคาสูง โดยเฉพาะในกรณีที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการยังไม่มีแตกต่างอย่างชัดเจน

ผลกระทบ

1.1 การหาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถตรงกับแผนกลยุทธ์ / แผนธุรกิจใหม่

ผลกระทบ : ทำให้บริษัทฯ ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนธุรกิจ ที่วางไว้

1.2 ความเสี่ยงจากความไม่สม่ำเสมอของรายได้ เนื่องจากเป็นงานโครงการซึ่ง ระยะเวลาดำเนินการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขั้นตอน ความซับซ้อน และลักษณะความต้องการ (Requirement) ของลูกค้าเป็นหลัก

ผลกระทบ : ส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทประมาณการไว้

1.3 ความเสี่ยงจากสัดส่วนรายได้หลักมาจากกลุ่มลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย

ผลกระทบ : ส่งผลกระทบต่อรายได้และผลประกอบการของบริษัทฯ ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่บริษัทประมาณการไว้

1.4 ความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหตุปัจจัยภายนอก (External factor) เช่น สงคราม โรคระบาด หรือภัยพิบัติต่าง ๆ

ผลกระทบ : ทำให้บริษัทฯ ต้องปรับแผนกลยุทธ์เพื่อรับมือกับผลกระทบดังกล่าว

ซึ่งอาจกระทบกับเป้าหมายการทำงานหรืองบประมาณประจำปีที่ตั้งไว้

1.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค หรือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Technology Disruption)

ผลกระทบ : ธุรกิจต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี ซึ่งมีการพัฒนาใหม่เป็นประจำ

โดยหากมีเทคโนโลยีที่ออกมาใหม่มีลักษณะที่ทำให้เกิดความนิยมในหมู่ผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก

ก็อาจเกิดกระแสความนิยมที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ และในกรณีที่บริษัทฯ ไม่สามารถปรับตัวได้ทัน

ก็อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญ

1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารและบุคลากร

ผลกระทบ : บริษัทฯ จะมีความเสี่ยงทำให้ไม่สามารถปฏิบัติตามแผนงานประจำปีหรือตามเป้าหมายของบริษัทฯ ที่วางไว้ได้ หากบริษัทฯ
ต้องสูญเสียทรัพยากรบุคคลที่มีความสำคัญดังกล่าวไป หรือไม่สามารถหาบุคลากรที่มีศักยภาพได้

1.7 คู่แข่งในอุตสาหกรรมมีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาที่สูงขึ้น

ผลกระทบ : ทำให้องค์กรสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น และรายได้ที่ลดลงจากการแข่งขันทางด้านราคา

มาตรการความเสี่ยง / มาตรการรองรับ

1.1 การหาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถตรงกับแผนกลยุทธ์ / แผนธุรกิจใหม่

มาตรการความเสี่ยง :

- ทบทวนแผนอัตรากำลังคนและแผนการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถรองรับการขยายงานเพิ่มขึ้นตามแผนกลยุทธ์
- จัดทำระบบการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งสำคัญในองค์กร (Succession Plan)
- หาช่องทางติดต่อบุคลากรที่มีคุณสมบัติตรงกับแผนธุรกิจที่บริษัทฯ กำหนดไว้ให้มากขึ้น

1.2 ความเสี่ยงจากความไม่สม่ำเสมอของรายได้ เนื่องจากเป็นงานโครงการซึ่ง ระยะเวลาดำเนินการแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขั้นตอนความซับซ้อน และลักษณะความต้องการ (Requirement) ของลูกค้าเป็นหลัก

มาตรการความเสี่ยง :

- ดูแลลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- ทบทวนนโยบาย ทิศทาง และแผนธุรกิจขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงปัจจุบัน
- ศึกษาข้อมูล/แนวโน้มของสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงของตลาด/ลูกค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และวางแผนขยายฐานลูกค้าและกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมทั้งติดตามผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ

1.3 ความเสี่ยงจากสัดส่วนรายได้หลักมาจากกลุ่มลูกค้ารายใหญ่จำนวนน้อยราย

มาตรการความเสี่ยง :

- ศึกษาข้อมูล/แนวโน้มของสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงของตลาด/ลูกค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และวางแผนขยายฐานลูกค้าและกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมทั้งติดตามผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ
- ศึกษาผลิตภัณฑ์ Solution และ Service รูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- ขยายฐานกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

1.4 ความเสี่ยงจากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหตุปัจจัยภายนอก (External factor) เช่น สงคราม โรคระบาด หรือภัยพิบัติต่าง ๆ

มาตรการความเสี่ยง :

- ทบทวน BCP แพลน เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติงานของพนักงาน
- ศึกษาข้อมูล/แนวโน้มของสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงของตลาด/ลูกค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และวางแผนขยายฐานลูกค้าและกลุ่มลูกค้าใหม่ รวมทั้งติดตามผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ

1.5 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค หรือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Technology Disruption)

มาตรการความเสี่ยง :

- จัดประชุมทีม R&D และฝ่ายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่ออัปเดต changes ต่าง ๆ ของแต่ละ platform รวมถึงติดตาม Trend ใหม่ๆ

เพื่อตอบสนองต่อแผนการดำเนินธุรกิจ ที่ส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน

- ศึกษาข้อมูล/แนวโน้มของสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงของตลาด/ลูกค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และวางแผนขยายฐานลูกค้าและกลุ่มลูกค้าใหม่
- เพิ่มรายละเอียดในสัญญาที่ทำกับลูกค้าไว้ล่วงหน้าหากเกิดกรณีเหตุสุดวิสัยนี้ หรือแจ้งให้ลูกค้าทราบเพื่อหาทางออกร่วมกัน

1.6 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารและบุคลากร

มาตรการความเสี่ยง :

- จัดทำระบบการวางแผนการสืบทอดตำแหน่งสำคัญในองค์กร (Succession Plan)
- พัฒนา Career Path เพื่อรองรับการเติบโตของพนักงานทุกระดับ

1.7 คู่แข่งในอุตสาหกรรมมีจำนวนมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาที่สูงขึ้น

มาตรการความเสี่ยง :

- เพิ่มการบริการรูปแบบใหม่ให้กับองค์กร
- ศึกษาผลิตภัณฑ์ Solution และ Service รูปแบบใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- ศึกษาข้อมูล/แนวโน้มของสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลงของตลาด/ลูกค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และวางแผนขยายฐานลูกค้าและกลุ่มลูกค้าใหม่

อื่นๆ

-

ความเสี่ยงด้านการเงินและบัญชี (Financial and Accounting Risk)

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงด้านการเงินและบัญชี เนื่องจากเป็นพื้นฐานของความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และการเติบโตอย่างยั่งยืน

โดยสามารถจำแนกความเสี่ยงที่สำคัญได้ดังนี้

- 2.1 ความเสี่ยงจากต้นทุนค่าบริการคลาดเคลื่อนจากการประมาณการ
- 2.2 โอกาสหรือความน่าจะเป็นที่คู่สัญญาไม่สามารถปฏิบัติตามภาระที่ตกลงไว้ เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการที่ลูกหนี้หรือคู่ค้าอื่นของบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา
- 2.3 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Risk)
- 2.4 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (Foreign Exchange Risk)
- 2.5 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

สาเหตุความเสี่ยง

- 2.1 ความเสี่ยงจากต้นทุนค่าบริการคลาดเคลื่อนจากการประมาณการ

สาเหตุ : เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลโครงการไม่ครบถ้วน เช่น การประเมินเวลาการทำงาน แรงงาน หรือทรัพยากรที่ใช้ต่ำกว่าความเป็นจริง หรือไม่ได้พิจารณาความเสี่ยงแฝงที่อาจเกิดขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนจริงเบี่ยงเบนจากประมาณการ

- 2.2 โอกาสหรือความน่าจะเป็นที่คู่สัญญาไม่สามารถปฏิบัติตามภาระที่ตกลงไว้ เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการที่ลูกหนี้หรือคู่ค้าอื่นของบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา

สาเหตุ : เกิดจากการขาดการตรวจสอบเครดิตและความสามารถทางการเงินของลูกค้าหรือคู่ค้าก่อนทำสัญญา และไม่มีระบบติดตามหนี้ที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการผิดนัดชำระเงิน หรือความล่าช้าในการรับเงิน

- 2.3 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Risk)

สาเหตุ : เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยในตลาดซึ่งมีผลต่อภาระดอกเบี้ยที่บริษัทต้องจ่าย และยังส่งผลต่อมูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์หรือหนี้สินที่ผูกกับอัตราดอกเบี้ย โดยไม่มีการป้องกันความผันผวนไว้ล่วงหน้า

- 2.4 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (Foreign Exchange Risk)

สาเหตุ : เกิดจากการมีรายได้ ค่าใช้จ่าย หรือการลงทุนเป็นเงินตราต่างประเทศโดยไม่มีมาตรการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน เช่น การทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า หรือการบริหารสกุลเงินที่เหมาะสม

- 2.5 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

สาเหตุ : เกิดจากการบริหารจัดการกระแสเงินสดที่ไม่เพียงพอต่อภาระผูกพันที่ถึงกำหนด ขาดแหล่งเงินทุนสำรอง

หรือไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อได้ทันเวลาในช่วงที่ต้องการใช้เงินเร่งด่วน

ผลกระทบ

2.1 ความเสี่ยงจากต้นทุนค่าบริการคลาดเคลื่อนจากการประมาณการ

ผลกระทบ : การคำนวณต้นทุนด้านบุคคลากรหรือระยะเวลาโครงการผิดพลาดอาจส่งผลให้บริษัทฯ กำหนดราคาเสนอขายคลาดเคลื่อน โดยหากกำหนดราคาสูงเกินไป บริษัทฯ ก็อาจไม่ชนะการประมูลงาน แต่หากบริษัทฯ กำหนดราคาเสนอขายต่ำเกินไปก็อาจส่งผลให้การประกอบธุรกิจของบริษัทฯ ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

2.2 โอกาสหรือความน่าจะเป็นที่คู่สัญญาไม่สามารถปฏิบัติตามภาระที่ตกลงไว้ เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการที่ลูกหนี้หรือคู่ค้าอื่นของบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา

ผลกระทบ : ทำให้บริษัทไม่ได้รับชำระหนี้ตามจำนวนและช่วงเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจเกิดหนี้ค้างชำระเกินกำหนดเวลา, หนี้ที่ไม่ได้เกิดรายได้หรือหนี้สูญ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดและรายได้ของบริษัท

2.3 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Risk)

ผลกระทบ : ต้นทุนทางการเงินของบริษัทและรายได้ดอกเบี้ยรับ จะส่งผลกระทบในทางลบจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย รวมถึงผลกระทบที่อาจเกิดกับรายการสินทรัพย์หนี้สิน และรายการนอกงบดุลทั้งหมดที่มีความอ่อนไหวต่ออัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Sensitive Items) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ดอกเบี้ย มูลค่าตลาดของรายการเพื่อค้า (Trading Account) นอกจากนี้, ยังรวมถึงความเสี่ยงจากการลงทุน และการเสียโอกาสในการลงทุนเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่ดีกว่า

2.4 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (Foreign Exchange Risk)

ผลกระทบ : รายได้จากการขายและบริการที่เกิดขึ้นนอกประเทศไทย ค่าใช้จ่าย เงินลงทุน และภาระหนี้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ส่งผลกระทบทางลบกับงบการเงิน

2.5 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

ผลกระทบ :

อาจทำให้บริษัทไม่สามารถจัดหาเงินสดหรือสภาพคล่องได้เพียงพอสำหรับการชำระหนี้สินและภาระผูกพันทางการเงินเมื่อถึงกำหนด ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้น กระทบต่อการดำเนินงาน การลงทุน และความเชื่อมั่นของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท

มาตรการความเสี่ยง / มาตรการรองรับ

2.1 ความเสี่ยงจากต้นทุนค่าบริการคลาดเคลื่อนจากการประมาณการ

มาตรการความเสี่ยง :

- จัดประชุมติดตาม สรุปความก้าวหน้าของแผนงานหรือโครงการ รวมทั้งอุปสรรคจากการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ประสานงานกับฝ่ายที่เกี่ยวข้องในเรื่องของความครบถ้วนและถูกต้องของข้อมูลรวมทั้งความต้องการของลูกค้าให้ชัดเจนก่อนทำสัญญาหรือเริ่มงาน
- พิจารณาสรุปข้อตกลงกับลูกค้าให้ครบถ้วนเรียบร้อย ทั้งในรายละเอียดของงาน ค่าใช้จ่าย หรือระยะเวลาที่เพิ่มขึ้นก่อนทำสัญญา
- สร้างความตระหนักรู้ให้พนักงานเห็นความสำคัญของผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในเรื่องของคุณภาพงานและงบประมาณโครงการ

2.2 โอกาสหรือความน่าจะเป็นที่คู่สัญญาไม่สามารถปฏิบัติตามภาระที่ตกลงไว้
เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการที่ลูกหนี้หรือคู่ค้าอื่นของบริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญา

มาตรการความเสี่ยง :

- จัดทำข้อมูลของลูกค้าที่ผิดนัด หรือเลื่อนการชำระหนี้ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขและป้องกัน
- วิเคราะห์การแยกอายุลูกหนี้การค้า (Aging) สรุปรายงานตามรอบการชำระเงินเพื่อการติดตามหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ทบทวนกระบวนการทางกฎหมาย เพื่อลดภาระต้นทุนและประเมินความเสี่ยงในการฟ้องร้องบังคับคดี

2.3 ความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate Risk)

มาตรการความเสี่ยง : ติดตาม ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งนโยบายภาครัฐ อย่างสม่ำเสมอ

2.4 ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (Foreign Exchange Risk)

มาตรการความเสี่ยง : ติดตาม ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งนโยบายภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ

2.5 ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk)

มาตรการความเสี่ยง :

- บริหาร ทบทวนและติดตาม การจัดสรรกระแสเงินเข้า-ออกของกิจการให้มีสภาพคล่องทางการเงิน
- ทบทวนนโยบายต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกับสถานะของธุรกิจอยู่เสมอ

อื่นๆ

-

การกำกับดูแลกิจการ

การกำกับดูแลกิจการ

โครงสร้างองค์กร

การกำหนดอำนาจอนุมัติ

บริษัทได้กำหนดกรอบอำนาจการอนุมัติ (Approval Authority Framework) สำหรับการดำเนินธุรกรรมที่สำคัญขององค์กร เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสอดคล้องกับระบบการควบคุมภายใน (Internal Control System) และหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยกำหนดระดับอำนาจอนุมัติของผู้บริหารในแต่ละระดับตามลักษณะ มูลค่า และความเสี่ยงของรายการ ทั้งนี้ ธุรกรรมที่มีนัยสำคัญจะต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการบริหาร หรือคณะกรรมการบริษัท ตามความเหมาะสมของมูลค่าและระดับความเสี่ยงของรายการ

คณะกรรมการบริษัททำหน้าที่กำกับดูแลกรอบอำนาจการอนุมัติดังกล่าว เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานของบริษัทเป็นไปตามระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสม โปร่งใส และสอดคล้องกับหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

การขายและการตลาด

บริษัทกำหนดหลักเกณฑ์ในการอนุมัติส่วนลดให้แก่ลูกค้า โดยพิจารณาจากสัดส่วนของส่วนลดเมื่อเทียบกับมูลค่าใบเสนอราคา เพื่อให้การกำหนดเงื่อนไขทางการค้าเป็นไปอย่างเหมาะสมและอยู่ภายใต้การควบคุมของฝ่ายบริหารในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้ ส่วนลดที่มีนัยสำคัญหรืออาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัท ตามเกณฑ์ที่กำหนด

สำหรับการอนุมัติใบเสนอราคาและคำสั่งขาย บริษัทกำหนดวงเงินอำนาจอนุมัติของผู้บริหารแต่ละระดับ โดยรายการที่มีมูลค่าไม่สูงจะอยู่ในอำนาจของผู้บริหารระดับสายงาน ขณะที่รายการที่มีมูลค่าสูงขึ้นจะต้องได้รับการอนุมัติจากประธานเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการบริหาร หรือคณะกรรมการบริษัท ตามลำดับของวงเงินที่กำหนด ทั้งนี้ ใบเสนอราคาที่มีมูลค่าสูงหรือมีนัยสำคัญต่อธุรกิจจะต้องได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

การกำหนดวงเงินเครดิตลูกค้า

บริษัทมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาวงเงินเครดิตและระยะเวลาเครดิตให้แก่ลูกค้า โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ เช่น ความน่าเชื่อถือทางการเงิน ประวัติการชำระเงิน และความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ทั้งนี้ การอนุมัติวงเงินเครดิตและเงื่อนไขการให้เครดิตอยู่ภายใต้กรอบอำนาจอนุมัติของผู้บริหารในแต่ละระดับ และในกรณีที่มิวงเงินหรือเงื่อนไขที่มีนัยสำคัญ จะต้องเสนอให้คณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ

ค่าใช้จ่ายเพื่อการส่งเสริมการขายและการตลาด

บริษัทกำหนดวงเงินอำนาจอนุมัติสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด โดยค่าใช้จ่ายในระดับปฏิบัติการอยู่ในอำนาจของผู้บริหารระดับสายงาน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายที่มีมูลค่าสูงหรือมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ จะต้องได้รับการอนุมัติจากผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการบริหาร หรือคณะกรรมการบริษัท เพื่อให้การใช้ทรัพยากรของบริษัทเป็นไปอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบได้

การจัดซื้อจัดจ้าง

บริษัทได้กำหนดระเบียบและขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การใช้ทรัพยากรขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยกำหนดระดับอำนาจอนุมัติของผู้บริหารตามมูลค่าของรายการ ทั้งนี้ การจัดซื้อจัดจ้างที่มีมูลค่าสูงหรือมีนัยสำคัญจะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้บริหารระดับสูง หรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องตามระเบียบของบริษัท

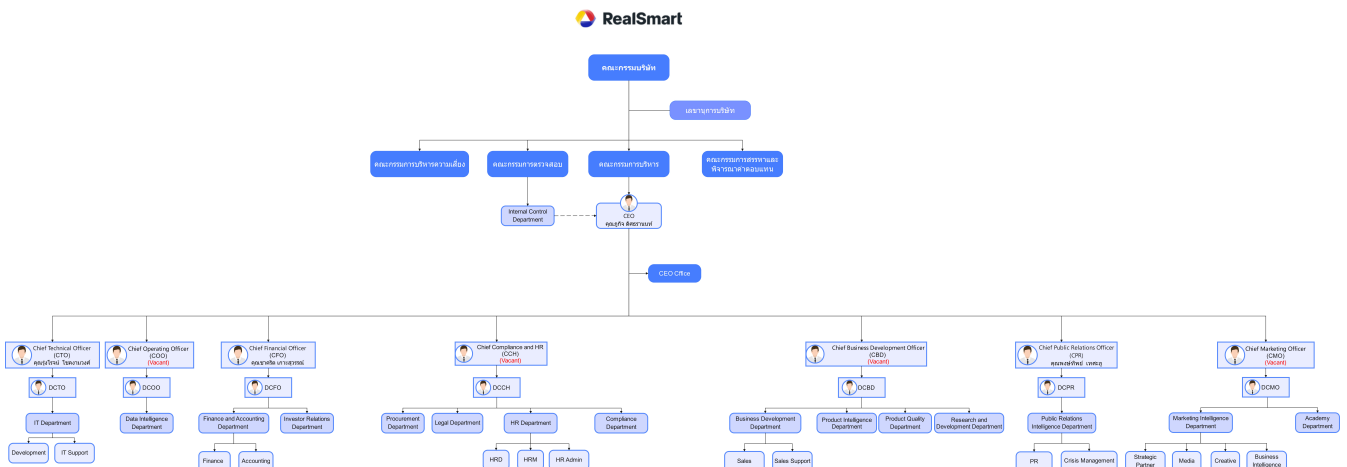
การบัญชีและการเงิน

บริษัทกำหนดกรอบอำนาจอนุมัติสำหรับธุรกรรมด้านบัญชีและการเงินที่สำคัญ เช่น การจำหน่ายสินทรัพย์ การลงทุน หรือการให้กู้ยืมแก่บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้อง

โดยรายการที่มีมูลค่าสูงหรืออาจมีผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของบริษัทจะต้องได้รับการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารหรือคณะกรรมการบริษัท รวมทั้งต้องดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายและประกาศของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ บริษัทมีการทบทวนกรอบอำนาจการอนุมัติดังกล่าวเป็นระยะ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ โครงสร้างองค์กร และระดับความเสี่ยงของบริษัทที่อาจเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา

แผนภาพโครงสร้างภายใน



การกำกับดูแลความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของคณะกรรมการ ผู้บริหารและผู้ถือหุ้นรายใหญ่

บริษัท เรียล สมาร์ท จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) ให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม โปร่งใส เป็นธรรม และตรวจสอบได้ โดยกำหนดนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest Policy)

เพื่อป้องกันและควบคุมไม่ให้เกิดการกระทำที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างบริษัทกับกรรมการ ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้นรายใหญ่ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม

บริษัทกำหนดให้การดำเนินการเกี่ยวกับรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ รายการที่เกี่ยวข้องกัน หรือรายการระหว่างกัน ต้องเป็นไปตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงหลักเกณฑ์ ประกาศ และข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างเคร่งครัด

กรรมการและผู้บริหารมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามแนวปฏิบัติที่สำคัญ ดังนี้

1. การเปิดเผยส่วนได้เสีย

กรรมการและผู้บริหารต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนได้เสียของตนและบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อเลขานุการบริษัท เพื่อรายงานต่อประธานกรรมการและประธานคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้บริษัทสามารถพิจารณาความสัมพันธ์และธุรกรรมที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ บริษัทมีการสำรวจข้อมูลส่วนได้เสียของกรรมการและผู้บริหารเป็นประจำทุกปี และรายงานให้คณะกรรมการตรวจสอบและคณะกรรมการบริษัทรับทราบ

2. การหลีกเลี่ยงการทำรายการที่มีความขัดแย้งทางผลประโยชน์

กรรมการและผู้บริหารต้องหลีกเลี่ยงการทำรายการที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทหรือบริษัทย่อย และต้องไม่แสวงหาประโยชน์ส่วนตนจากข้อมูล ทรัพย์สิน หรือโอกาสทางธุรกิจของบริษัท

3. การงดออกเสียงในกรณีมีส่วนได้เสีย

กรรมการที่มีส่วนได้เสียในเรื่องที่พิจารณาจะต้องแจ้งให้ที่ประชุมคณะกรรมการทราบ และงดเว้นการเข้าร่วมพิจารณา การแสดงความคิดเห็น และการออกเสียงลงคะแนนในเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อให้การตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทเป็นไปอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้นทุกฝ่าย

4. การควบคุมการใช้ข้อมูลและทรัพย์สินของบริษัท

กรรมการและผู้บริหารต้องไม่ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทที่ยังไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชน หรือใช้ทรัพย์สินหรือโอกาสทางธุรกิจของบริษัทเพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง

5. การกำกับดูแลรายการเกี่ยวโยงกัน

รายการที่เกี่ยวโยงกันหรือรายการระหว่างกันจะต้องผ่านการพิจารณาของคณะกรรมการตรวจสอบเกี่ยวกับความจำเป็นและความสมเหตุสมผลของรายการ รวมทั้งต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของสำนักงาน ก.ล.ต. และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

6. การกำกับดูแลบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทได้กำหนดให้บริษัทย่อยและบริษัทร่วมมีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสม และมีการรายงานข้อมูลที่สำคัญต่อบริษัท เพื่อให้คณะกรรมการบริษัทสามารถกำกับดูแลการดำเนินงาน การทำรายการที่สำคัญ และสถานะทางการเงินของกิจการดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. การหลีกเลี่ยงธุรกิจที่มีลักษณะแข่งขันกับบริษัท

กรรมการและผู้บริหารควรหลีกเลี่ยงการถือหุ้น การดำรงตำแหน่งกรรมการ หรือการให้คำปรึกษาในกิจการที่มีลักษณะเป็นคู่แข่งกับบริษัทหรือบริษัทย่อย เว้นแต่กรณีที่ไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการบริษัทเป็นผู้กำกับดูแลการปฏิบัติตามนโยบายดังกล่าว และมีการทบทวนนโยบายป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์เป็นประจำอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง เพื่อให้มีความเหมาะสมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

การควบคุมภายในที่เหมาะสม

บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดให้มีระบบการควบคุมภายในและระบบการตรวจสอบภายในที่เหมาะสมและเพียงพอ

เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ โดยบริษัทได้นำกรอบแนวคิดการควบคุมภายในตามมาตรฐานสากล COSO Internal Control – Integrated Framework มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการควบคุมภายในขององค์กร

ระบบการควบคุมภายในของบริษัทครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการควบคุม (Control Environment) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) และการติดตามประเมินผล (Monitoring) โดยบริษัทได้กำหนดโครงสร้างการบริหารงาน การแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบ และกระบวนการอนุมัติรายการต่าง ๆ อย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บริษัทมีการดำเนินการบริหารความเสี่ยงและการตรวจสอบภายในโดยใช้แนวทางการตรวจสอบตามความเสี่ยง (Risk-Based Audit) เพื่อประเมินความเพียงพอและประสิทธิผลของระบบการควบคุมภายใน โดยบริษัทได้ว่าจ้างผู้ให้บริการตรวจสอบภายในจากภายนอก (Outsourced Internal Audit) ซึ่งมีความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบและประเมินระบบการควบคุมภายในของบริษัท และรายงานผลการตรวจสอบต่อคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้สามารถกำกับดูแลและติดตามการปรับปรุงระบบการควบคุมภายในของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดมาตรการควบคุมภายในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT General Controls) เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีและข้อมูล โดยครอบคลุมการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงระบบ (Access Control) การสำรองข้อมูล (Data Backup) การป้องกันความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ (Cybersecurity) และการติดตามการใช้งานระบบ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลสำคัญของบริษัทได้รับการคุ้มครองอย่างเหมาะสม

บริษัทมีการติดตามและประเมินผลระบบการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งปรับปรุงกระบวนการควบคุมให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และระดับความเสี่ยงขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป โดยคณะกรรมการตรวจสอบทำหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินงานด้านการควบคุมภายในและการตรวจสอบภายในของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

ข้อตกลงระหว่างผู้ถือหุ้นใหญ่ (shareholders' agreement)

ไม่มี

โครงสร้างการจัดการ

โครงสร้างการจัดการ

คณะกรรมการบริษัท

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
ภูกิจ ดิศธรานนท์	กรรมการ
อารยา ยมนา	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ
วีระชัย เตชะวิจิตร	กรรมการ
พงษ์ทิพย์ เทศะภู	กรรมการ
อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์	ประธานกรรมการ / กรรมการอิสระ
รุ่งโรจน์ โชคงามวงศ์	กรรมการ
ราเชิด ไชยรัตน์	ประธานกรรมการตรวจสอบ / กรรมการอิสระ
จารุพันธ์ อธิธิดาวชิกุล	กรรมการอิสระ / กรรมการตรวจสอบ

ผู้บริหาร

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
ภูกิจ ดิศธรานนท์	Chief Executive Officer
ชาคริต เกาะสุวรรณ	Chief Financial Officer
พงษ์ทิพย์ เทศะภู	Chief Public Relation Officer
รุ่งโรจน์ โชคงามวงศ์	Chief Technology Officer

นโยบายการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

นโยบายการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

บริษัท เรียล สมาร์ท จำกัด (มหาชน) มุ่งดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนภายใต้หลักการด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มตลอดห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจ ควบคู่ไปกับการสร้างการเติบโตทางธุรกิจอย่างมั่นคง โปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคมในระยะยาว

บริษัทตระหนักว่าการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนมิได้มุ่งเน้นเพียงผลประกอบการทางเศรษฐกิจ แต่ยังรวมถึงการบริหารผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม โดยยึดหลักจริยธรรม ความโปร่งใส การกำกับดูแลกิจการที่ดี และการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

ในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน บริษัทกำหนดแนวทางดำเนินงานครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยมุ่งส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการดำเนินงานที่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมตามบริบทขององค์กร

2. มิติด้านสังคม

บริษัทมุ่งสร้างคุณค่าร่วมให้แก่สังคมผ่านการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อ โดยให้ความสำคัญกับการเคารพสิทธิมนุษยชน การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การดูแลลูกค้าและผู้บริโภคอย่างรับผิดชอบ ตลอดจนการพัฒนาสวัสดิการและการดำเนินกิจกรรมที่สามารถสร้างประโยชน์แก่สังคม ชุมชน และผู้มีส่วนได้เสียในวงกว้าง นอกจากนี้ บริษัทยังส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน

3. มิติด้านบรรษัทภิบาล

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้หลักธรรมาภิบาล โดยยึดมั่นในความโปร่งใส ความเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการตรวจสอบได้ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน การบริหารความขัดแย้งทางผลประโยชน์ การดูแลสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย และการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสมตามกฎหมายและหลักเกณฑ์ของหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง

บริษัทเชื่อว่าการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวทาง ESG จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ตลอดจนสนับสนุนการเติบโตของบริษัทอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ทั้งนี้ บริษัทจะทบทวนนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย และบริบทด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

ผลการดำเนินการ

ข้อมูลทางการเงิน

สรุปรายงานการตรวจสอบบัญชี

งวดงบการเงิน	สิ้นสุดวันที่	สำนักงานตรวจบัญชี	ชื่อผู้ตรวจ
งวดปี	31 ธ.ค. 2568	บริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ เอบีเอส จำกัด	นายไพบูล ตันกุล

ราคาการเสนอขาย

ผู้สอบบัญชีได้ตรวจสอบงบการเงินของบริษัท ซึ่งประกอบด้วย งบฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น และงบกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน และหมายเหตุประกอบงบการเงิน ซึ่งประกอบด้วย สรุปนโยบายการบัญชีและข้อมูลอธิบายอื่นที่มีสาระสำคัญ

ผู้สอบบัญชีมีความเห็นว่า งบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงินของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

สรุปรายงานการตรวจสอบบัญชีอื่นๆ

-

งบการเงิน

ประเภทรายงานของผู้สอบบัญชีในงบการเงิน

ไม่มีเงื่อนไข

ประเภทงบการเงิน/งวดปี

งบการเงินรายปี

งบกำไรขาดทุน

หน่วย: บาท

งบกำไรขาดทุน	ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	ปี 2568	ปี 2567
รายได้		
รายได้จากธุรกิจ	230,019,357.00	197,958,137.00
รายได้อื่น	1,382,191.00	896,763.00
รวมรายได้ทั้งหมด	231,401,548.00	198,854,900.00
รายจ่าย		
ต้นทุนขาย และ/หรือบริการ	168,063,866.00	155,554,509.00
ค่าใช้จ่ายในการขาย	15,491,472.00	16,598,980.00
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	63,285,274.00	67,239,991.00
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	0.00	0.00
รวมรายจ่ายทั้งหมด	246,840,612.00	239,393,480.00
กำไร(ขาดทุน) ก่อนดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	-15,439,064.00	-40,538,580.00
ดอกเบี้ยและภาษีเงินได้		
ดอกเบี้ยจ่าย	8,947,283.00	5,884,745.00
ภาษีเงินได้	-383,382.00	-9,077,556.00
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	-24,002,965.00	-37,345,769.00

งบแสดงสถานะทางการเงิน

หน่วย: บาท

งบแสดงสถานะทางการเงิน	ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	ปี 2568	ปี 2567
สินทรัพย์		
สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	14,606,538.00	4,803,047.00
สินค้าคงเหลือ ลูกหนี้การค้า/ ลูกหนี้อื่น	35,129,482.00	27,339,777.00
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	29,041,200.00	39,165,597.00
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	78,777,220.00	71,308,421.00
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ - สุทธิ	23,409,465.00	10,666,383.00
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	192,919,471.00	174,257,140.00
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	216,328,936.00	184,923,523.00
รวมสินทรัพย์	295,106,156.00	256,231,944.00
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น		
หนี้สินหมุนเวียน		
เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะ สั้นจากสถาบันการเงิน	72,537,066.00	82,005,935.00
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	23,245,702.00	19,901,444.00
ส่วนของหนี้สินระยะยาวที่กำหนด ชำระภายใน 1 ปี	5,541,804.00	6,596,845.00
เงินกู้ยืมระยะสั้น	-	-
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	7,851,869.00	5,832,290.00
รวมหนี้สินหมุนเวียน	109,176,441.00	114,336,514.00
หนี้สินไม่หมุนเวียน		
เงินกู้ยืมระยะยาว	21,355,452.00	25,967,696.00
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	60,817,404.00	45,271,467.00

รวมหนี้สิน	169,993,845.00	159,607,981.00
ส่วนของผู้ถือหุ้น		
ทุนจดทะเบียน	34,177,000.00	12,987,000.00
ทุนที่ออกและเรียกชำระแล้ว	34,177,000.00	12,987,000.00
กำไร (ขาดทุน) สะสม	-54,621,747.00	-30,618,782.00
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	125,112,311.00	96,623,963.00

งบกระแสเงินสด

หน่วย: บาท

งบกระแสเงินสด	ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	ปี 2568	ปี 2567
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน	10,685,579.00	-28,032,305.00
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมลงทุน	-36,475,187.00	-26,163,366.00
เงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	35,593,099.00	28,632,175.00

โครงสร้างรายได้

1. ประเภทสายธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์

หน่วย: บาท

สายธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์	ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	ปี 2568	ปี 2567
สินค้าอุปโภคบริโภค	3,880,787.00	8,612,001.00
ทรัพยากร	23,584,100.00	20,258,420.00
บริการ	31,734,613.00	27,115,296.00
เทคโนโลยี	120,414,602.00	89,481,402.00
สินค้าอุตสาหกรรม	15,149,947.00	13,496,398.00
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	11,811,059.00	21,341,637.00
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	7,641,351.00	9,211,289.00
ธุรกิจการเงิน	15,771,331.00	8,441,694.00
อื่น ๆ	31,567.00	-
รวม	230,019,357.00	197,958,137.00

2. ประเภทรายได้ในประเทศต่อต่างประเทศ

หน่วย: บาท

สายธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์	ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	ปี 2568	ปี 2567
รายได้ในประเทศ	230,019,357.00	197,958,137.00
รายได้นอกประเทศ	-	-
รวม	230,019,357.00	197,958,137.00

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงิน	ณ วันที่ 31 ธันวาคม	
	ปี 2568	ปี 2567
อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (เท่า)	0.72	0.62
อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)	0.72	0.62
ระยะเวลาเก็บหนี้ (วัน)	70.19	78.80
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	-	-
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	16.69	17.86
อัตราส่วนหมุนเวียนสินทรัพย์รวม (เท่า)	0.83	0.75
อัตราส่วนหมุนเวียนสินทรัพย์ถาวร (เท่า)	6.53	11.89
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	26.93	21.42
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (%)	-6.71	-20.48
อัตรากำไรสุทธิ (%)	-10.44	-18.87
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	-5.60	-15.37
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร (%)	-91.00	-398.00
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	-21.65	-32.39
อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม (เท่า)	0.58	0.62
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	1.36	1.65
อัตราส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย (เท่า)	-1.73	-6.89
อัตราส่วนการจ่ายปันผล	-	-

คำอธิบายเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินการ

รายได้จากการให้บริการ

รายได้จากการให้บริการของบริษัทฯ เกิดจากรายได้จากการให้บริการที่ปรึกษาด้าน Social Monitoring & Data Analytic Crisis Management และ ศูนย์ Contact center โดยซอฟต์แวร์ที่ผลิตขึ้นเองของบริษัทฯ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วบริษัทฯ จะมีการทำสัญญากับลูกค้าเป็นรายปีและทยอยรับรู้รายได้แบบต่อเนื่องตามวิธีเส้นตรงตลอดระยะเวลาของสัญญา ยกเว้นในส่วนของรายได้ด้าน Digital Agency ที่จะทำสัญญาเป็นรายเดือนหรือรายไตรมาส โดยรายได้จากการให้บริการในปี 2568 จำนวน 230.02 ล้านบาท มีรายได้จำนวน 202.39 ล้านบาท หรือร้อยละ 87.99 มาจากรายได้ประเภท Social Monitoring & Data Analytic และ Crisis Management รวมถึง ศูนย์ Contact center และ ส่วนรายได้ด้าน Digital Agency มีจำนวน 20.49 ล้านบาท หรือร้อยละ 8.91 รายได้ด้าน Social Monitoring & Data Analytic Crisis Management และ ศูนย์ Contact center จำนวน 202.39 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33.23 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 19.64 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากการมีลูกค้ารายใหม่

การพิจารณารายได้เป็นหมวดหมู่ธุรกิจของลูกค้าพบว่ารายได้จากการให้บริการ จำนวน 230.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.06 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.20 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นกระจุกตัวอยู่ในหลายกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก และบางกลุ่มยังสามารถรักษาระดับหรือเติบโตเล็กน้อยได้ กลุ่มที่มีรายได้เพิ่มขึ้นมากที่สุดคือ กลุ่มเทคโนโลยีโดยเพิ่มขึ้น 30.94 ล้านบาท และมีสัดส่วนสูงสุดถึง ร้อยละ 52.35 ของรายได้รวม เนื่องจากการต่อสัญญาได้ต่อเนื่อง และมูลค่าสัญญาที่เพิ่มขึ้น

ต้นทุนการให้บริการ

ต้นทุนการให้บริการ จำนวน 168.06 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12.51 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.04 เนื่องจาก ในปี 2568 บริษัทมีการพัฒนาบริการของบริษัทด้าน Data Analytic และนำนวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ในการให้บริการลูกค้า เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งมากขึ้นให้รองรับงานในอนาคต

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นจากการให้บริการลูกค้า จำนวน 61.96 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 19.55 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 46.11 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยอัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขาย เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 21.42 ในปีก่อน มาอยู่ที่ร้อยละ 26.93 ซึ่งสะท้อนการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อเทียบกับรายได้ที่เติบโต

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร จำนวน 78.78 ล้านบาท ลดลง 5.06 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ -6.04 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สำหรับอัตราส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 34.25 ซึ่งลดลงจากปีก่อนที่ร้อยละ 42.35 โดยประเภทค่าใช้จ่ายที่ลดลงเนื่องจากการปรับโครงสร้างบุคลากร ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน

ค่าใช้จ่ายทางการเงิน จำนวน 8.95 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.06 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 52.04 จากบริษัทได้รับเงินกู้ยืมเพิ่มเติมจากสถาบันการเงินในช่วงปลายไตรมาส 3 ของปีก่อน ส่งผลให้ในปีนี้มีภาระดอกเบี้ยเต็มระยะเวลา รวมถึงอัตราดอกเบี้ยที่ปรับเพิ่มขึ้นตามสัญญาเงินกู้ยืม และการบันทึกดอกเบี้ยจ่ายเงินกู้ตามวิธี EIR ทำให้มีต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น 0.99

ล้านบาท

ภาษีเงินได้

ภาษีเงินได้ บริษัทฯ เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 20 จากกำไรสุทธิที่ต้องนำมาเสียภาษี รายได้ภาษีเงินได้ จำนวน 0.38 ล้านบาท เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 95.78 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีรายได้ภาษีเงินได้อยู่ที่ 9.08 ล้านบาท

เป็นผลจากผลขาดทุนสุทธิลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

และบริษัทไม่ได้รับรู้รายการสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอดตัดบัญชีซึ่งเกิดจากผลขาดทุนทางภาษีของรอบระยะเวลาปัจจุบันจำนวน 17.56 ล้านบาท

สินทรัพย์

สินทรัพย์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 และ 2567 บริษัทมีสินทรัพย์รวมจำนวน 295.11 ล้านบาท และ 256.23 ล้านบาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นจำนวน 38.87 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 15.17 โดยสินทรัพย์หลักประกอบด้วย เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่น สินทรัพย์ที่เกิดจากสัญญา – หมุนเวียน สินทรัพย์สิทธิการใช้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

โดยเพิ่มขึ้นโดยมีสาเหตุหลักจาก การเพิ่มขึ้นของ สินทรัพย์สิทธิการใช้ จำนวน 16.55 ล้านบาท

จากการวัดมูลค่าใหม่ของสัญญาเช่าโดยใช้สิทธิ์ต่ออายุสัญญาเช่า และการเพิ่มขึ้นของ เงินสด และ ลูกหนี้การค้า

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 169.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.39 ล้านบาท เมื่อเทียบกับหนี้สินรวม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 จำนวน 159.61 ล้านบาท

โดยมีสาเหตุหลักจากการที่บริษัทได้ทำสัญญาเช่าอาคารแห่งใหม่เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจในอนาคต

และการวัดมูลค่าใหม่ของสัญญาเช่าโดยใช้สิทธิ์ต่ออายุสัญญาเช่า รวมถึงการวัดมูลค่าใหม่ของภาระผูกพันผลประโยชน์หลังออกจากการ ซึ่งทำให้มีผลขาดทุนจากการวัดมูลค่าใหม่เพิ่มขึ้น 2.34 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 125.11 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.49 ล้านบาท จากส่วนของผู้ถือหุ้นรวม

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 จำนวน 96.62 ล้านบาท เป็นผลจากการเพิ่มทุนหุ้นสามัญจำนวน 19,480,500 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ

1 บาท โดยชำระแล้วตามมูลค่าที่ตราไว้จำนวน 19,480,500 บาท บริษัทได้รับค่าหุ้นสำหรับหุ้นสามัญที่เพิ่มทุนจำนวน 1,709,500 หุ้น

โดยมีมูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ในราคาหุ้นละ 21.13 บาท โดยมีมูลค่าที่ชำระแล้วตามมูลค่าที่ตราไว้และส่วนเกินมูลค่าหุ้นจำนวน

34,177,000 บาท และ 33,174,595 บาท ตามลำดับ

ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 สินทรัพย์หลักบริษัทฯ ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจประกอบด้วย อาคารและอุปกรณ์ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หน่วย: บาท

ทรัพย์สิน	มูลค่าตามบัญชี	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาวะผูกพัน
ส่วนปรับปรุงอาคารเช่าและ อุปกรณ์	23,409,465.00	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	97,929,042.00	เป็นเจ้าของ	ไม่มี
รวม	121,338,507.00		

ประวัติการออกหุ้นเพิ่มทุน

หน่วย: หุ้น

จำนวนหุ้นเพิ่มทุน (หุ้น)	มูลค่าหุ้นเพิ่มทุน	วันที่
20,000	2,000,000.00	2 พฤศจิกายน 2561
20,000	2,000,000.00	12 พฤศจิกายน 2561
30,000	3,000,000.00	15 พฤศจิกายน 2561
29,870	2,987,000.00	7 กันยายน 2563
19,480,500	19,480,500.00	6 มิถุนายน 2568

รายการระหว่างกัน (ย้อนหลัง 1 ปี)

หน่วย: บาท

ชื่อบริษัท	รายการระหว่างกัน	มูลค่า	ความจำเป็น/สาเหตุ
พรโพยม ฟูฟู้ท	ค่าเช่าสำนักงาน	1,008,000.00	ใช้เป็นอาคารสำนักงาน

ข้อพิพาททางกฎหมาย

-

ข้อมูลสำคัญอื่น ๆ

แผนและนโยบายการสรรหาผู้บริหารระดับสูง C-Level

บริษัท เรียวล์ สมาร์ท จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันมีคณะผู้บริหารระดับสูง (C-Level Executives) ทั้งหมด 4 ตำแหน่ง ประกอบด้วย

1. ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer: CEO)
2. ประธานเจ้าหน้าที่เทคโนโลยี (Chief Technology Officer: CTO)
3. ประธานเจ้าหน้าที่การเงิน (Chief Financial Officer: CFO)
4. ประธานเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (Chief Public Relations Officer: CPR)

ตำแหน่งบริหารระดับสูงที่ยังอยู่ในช่วงเตรียมการสรรหา ได้แก่

5. ประธานเจ้าหน้าที่การตลาด (Chief Marketing Officer: CMO)
6. ประธานเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ (Chief Operating Officer: COO)
7. ประธานเจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ (Chief Business Development Officer: CBD)
8. ประธานเจ้าหน้าที่กำกับดูแลและสอดคล้องกิจการ (Chief Compliance Officer: CCP)

ในช่วงเปลี่ยนผ่านนี้

หน้าที่รับผิดชอบด้านการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานจะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลโดยตรงของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO)

ซึ่งสนับสนุนด้วยรองผู้อำนวยการ (Deputy) ในแต่ละฝ่าย

เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรอย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพสูงสุด บริษัทฯ

ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในองค์กรเป็นหลัก จึงได้จัดวางโครงสร้างองค์กร (Organization Chart)

ให้รองผู้อำนวยการทุกคนมีเส้นทางเติบโตในสายอาชีพ (Career Path) ชัดเจน

โดยคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่กลุ่มนี้จะสามารถพัฒนาขีดความสามารถและก้าวสู่ตำแหน่งบริหารระดับสูง (C-Level)

ได้ภายในระยะเวลาไม่เกินสามปี หากไม่สามารถสรรหาและเลื่อนตำแหน่งภายในกรอบเวลาดังกล่าว บริษัทฯ

จะพิจารณาการสรรหาผู้บริหารภายนอกต่อไปในอนาคตเพื่อเสริมความแข็งแกร่งของทีมผู้บริหารระดับสูงอย่างต่อเนื่อง

รายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท

รายการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ที่สำคัญของบริษัท

รายการที่ 1

นโยบายการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

ประเภทของการทำรายการ

-

คิดเป็นเปอร์เซ็นต์(เปอร์เซ็นต์)

0.00

มูลค่า(บาท)

0.00

วัตถุประสงค์ของการทำรายการ

ความเห็นคณะกรรมการบริษัท

เงื่อนไขการชำระราคา