

เป้าหมาย ณ ปี 2571
EBITDA เด็ดโต

≥45% 50 - 55
ล้านบาท

จากตัวเลข EBITDA ของปี 2568

LEO
GLOBAL LOGISTICS

LEO
GLOBAL LOGISTICS

บมจ. ลีโอ โกลบอล โลจิสติกส์

LEO

ข้อมูลภาพรวมบริษัท

ให้บริการโลจิสติกส์อย่างครบวงจรที่ครอบคลุมทั่วโลก (End - to - End Global Logistics Services) และให้บริการสนับสนุนการขนส่งสินค้าแบบครบวงจร (Integrated Logistics Services)

แผนธุรกิจ

แผนงานที่สำคัญและผลลัพธ์ที่คาดหวัง

1 แผนพัฒนาเส้นทางการขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่

ทั้งบริการ Sea freight, Air freight และ Cross-Border ทั้ง Import และ Export ในเส้นทางยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะ ไทย - จีน, ไทย - ยุโรป และ ไทย - อาเซียน

เป้าหมายอื่นๆ

ตัวชี้วัด	ปีฐาน 2567	2569	2570	2571
Gross Profit Growth (%)	3%	15%	15%	15%

แผนงาน	2569	2570	2571
1. พัฒนาเส้นทางการขนส่งสินค้าปัจจุบัน และเปิดเส้นทางใหม่ ทั้ง Export และ Import	- ตั้งทีม Trade Specialist ที่ดูแลและศึกษา การให้บริการเส้นทางการขนส่งที่บริษัทต้องการพัฒนาได้ - จัด Training พนักงาน/ลูกค้า/Supplier เกี่ยวกับโลจิสติกส์และกฎระเบียบแต่ละเส้นทางขนส่ง - จัดทำนโยบาย และพัฒนาด้าน Green Logistics	- ใช้เทคโนโลยีมาพัฒนา Predictive Demand Forecasting เพื่อวางแผน Capacity แต่ละเส้นทาง - พัฒนาและนำเสนอบริการ Green Logistics แบบครบวงจร	- ขยายเส้นทางการขนส่งระหว่างประเทศ - ขยายฐานลูกค้าที่ใช้บริการ Green Logistics
2. หาลูกค้าใหม่ New Customer Focus ที่ชัดเจน	- ตั้งทีมขายดูแลลูกค้า Key Accounts ที่มียอดขายสูงตามเป้าหมายบริษัทโดยเฉพาะ - ทำคู่มือ และ Sale Tools แต่ละอุตสาหกรรมสำหรับทีมขาย - ตั้ง LEO Sales Academy สำหรับพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพ Sales รวมถึงเป็นกลยุทธิ์สร้างทีมขายรุ่นใหม่	พัฒนา LEO Sales Academy เป็นกลไกสำคัญ ในการเติบโตของยอดขาย	—
3. เพิ่มระดับความสัมพันธ์กับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ (CRM / Event / CSR / Supplier Relationship)	- จัดกิจกรรม CRM เดือนละครั้ง สำหรับลูกค้าหลัก/ลูกค้าที่มี Potential - เริ่มโครงการ CSR “โรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 7” และประชาสัมพันธ์สร้างความตระหนัก เรื่องการรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างการมีส่วนร่วมร่วมกับลูกค้า - ใช้เทคโนโลยีสร้าง Customer Engagement กับลูกค้า Key Accounts	- สร้าง Loyalty Program - ส่งมอบโครงการโรงเรียนนี้เพื่อน้อง โครงการที่ 7 และเชิญลูกค้า Key Accounts ร่วมกิจกรรม	เริ่มโครงการ CSR “โรงเรียนนี้เพื่อน้องโครงการที่ 8” และประชาสัมพันธ์สร้างความตระหนักเรื่อง การรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างการมีส่วนร่วมร่วมกับลูกค้า
รักษาระดับความพึงพอใจลูกค้า Customers Satisfaction Survey ≥ 90%			

2 แผน Diversified Growth - ขยายฐานรายได้สู่ธุรกิจ Rail และ Non-Freight / Non-Logistics

มุ่งสร้างการเติบโตแบบกระจายความเสี่ยง (Diversified Growth)

เป้าหมายอื่นๆ

ตัวชี้วัด	ปีฐาน 2567	2569	2570	2571
% of Rail / Non - Freight / Non Logistics Revenue from total revenue	11%	20%	25%	28 - 30%

แผนงาน	2569	2570	2571
1. Rail Service: ขยายบริการ Cross-Border Rail & Truck เชื่อมภูมิภาค CLMV-China	- ขยายบริการ Cross-Border Rail/Truck ไทย - ลาว - จีน - เวียดนาม - มาเลเซีย - ขยายฐานลูกค้า ส่งเสริม 2-way traffic ทั้งการส่งออกและนำเข้า - สร้างเครือข่าย Strategic Partner เพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ในจีน ลาว เวียดนาม และมาเลเซีย - ศึกษา/ทำระบบ Cross-Border Eco System เป็น Platform ติดตาม Shipment Status (Tracking)	- ขยายฐานลูกค้า Key Account ≥ 25% - เพิ่มจำนวนเที่ยว และปริมาณ 2-way traffic ทั้งส่งออกและนำเข้า - พัฒนาระบบ Cross-Border Eco System เป็น Platform ติดตาม Shipment Status (Tracking)	ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น
2. LEO Self Storage Digital Marketing & Brand Awareness	- จัดทำที่ปรึกษา/บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Social Marketing มาให้คำแนะนำ - จัดกิจกรรมด้าน Social Media ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น - เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ≥ 25% - จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และ CRM อย่างต่อเนื่อง	เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ≥ 20%	เพิ่ม Occupancy rate ของสาขา China town & Rama 4 ≥ 15%
3. LEO COLDBOTIC Intelligent Warehouse for Wine	- เพิ่มลูกค้า Key Account รายใหญ่ - จัดกิจกรรมโปรโมทบริการ From Vineyard to Table End-to-End Global Logistics Solution เพื่อลดต้นทุนในการขนส่งให้กับลูกค้า - เพิ่ม Occupancy rate ≥ 30%	เพิ่ม Occupancy rate ≥ 20%	รักษา Occupancy rate ≥ 85%
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายรวมถึง CRM อย่างต่อเนื่อง - จัดกิจกรรม Customer Focus และ CRM อย่างต่อเนื่อง			

แผนด้านธรรมาภิบาล

แผนงานที่สำคัญและผลลัพธ์ที่คาดหวัง

1 แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

แผนงาน	2569	2570	2571
1. ปรับปรุง/ติดตาม/ประเมินผล นโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน	ปรับปรุงนโยบายให้ครอบคลุมกิจกรรมทางธุรกิจ มีแนวปฏิบัติและมาตรการป้องกันการเกิดข้อผิดพลาด (กฎเกณฑ์และรายงานผล ต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง)	—	—
2. แผนการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบัน กรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	บริษัทลงนามในเอกสารประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมโครงการ CAC	- ทำแบบประเมินตนเอง CAC เพื่อวิเคราะห์ Gap Analysis และวางแผนพัฒนาระบบในองค์กร - พัฒนาโครงการแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของ CAC และเอกสารเพื่อเตรียมพร้อมขอขึ้นรับรองจาก CAC	- คณะกรรมการตรวจสอบข้อมูลในแบบประเมินตนเอง และให้ประธานคณะกรรมการตรวจสอบ/กรรมการบริษัท และ CEO ลงนามรับรอง - ยื่นแบบประเมิน และเอกสารอ้างอิงให้ CAC

สื่อประชาสัมพันธ์นี้ จัดทำขึ้นจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนที่มีการเผยแพร่อยู่แล้วบนเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลท.”) และข้อมูลจากแผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (“แผน JUMP+”) (รวมเรียกว่า “ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน”) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต่อผู้สนใจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเท่านั้น ทั้งนี้ ตลท. ไม่อาจรับรองถึงความครบถ้วน ถูกต้อง ความเป็นปัจจุบัน ความเป็นไปได้ ความสมเหตุสมผล รวมถึงความสำเร็จ ผลลัพธ์ ประสิทธิภาพ เป้าหมาย และการคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ ตามที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์นี้แต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน โดย ตลท. ไม่มีความรับผิดชอบต่อการสูญเสียหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์ไปใช้ในทุกระณีกนี้ ทั้งนี้ หากผู้ลงทุนประสงค์จะลงทุนจะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน

แผนงาน	2569	2570	2571
3. กำหนดให้คู่ค้า (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	- จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้า โดยระบุข้อกำหนดให้คู่ค้า Critical Tier 1 มีนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษร - ทำแบบประเมินคู่ค้าด้าน ESG ที่รวมนโยบายต่อต้านการทุจริต - สื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้าทั้งรายใหม่และปัจจุบันรับทราบและปฏิบัติ - เปิดเผยจรรยาบรรณคู่ค้าบนเว็บไซต์	50% คู่ค้า Critical Tier 1 ได้รับการประเมินผล ESG รวมถึงประเด็นที่ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริต 20% ของคู่ค้า Critical Tier 1 มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริต	100% คู่ค้า Critical Tier 1 ได้รับการประเมินผล ESG รวมถึงประเด็นที่ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริต 40% ของคู่ค้า Critical Tier 1 มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริต
	รายงานผลประเมินคู่ค้าด้าน ESG ให้คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบ		
	สื่อสารความคาดหวังของบริษัที่ต้องการให้คู่ค้ามีนโยบายต่อต้านการทุจริต และจะมีการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ตั้งแต่ปี 2570 ให้แก่คู่ค้า Critical Tier 1		

2 แผนยกระดับการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

แผนงาน	2569	2570	2571
1. จัดทำ/ติดตาม/รายงานนโยบายและแนวปฏิบัติ การป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ต่อคณะกรรมการบริษัท	- ปรับปรุงนโยบายและแนวปฏิบัติให้ครอบคลุมรูปแบบธุรกรรมที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งเพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัทพิจารณาอนุมัติ - สื่อสาร/เปิดเผยนโยบายและแนวปฏิบัติแก่พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียทราบ - ติดตาม/ประเมินผล โดยระบุแนวทางแก้ไขและมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำ พร้อมรายงานผลแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	—	—
2. แผนงานเพื่อให้กลุ่มคู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ของบริษั	- จัดทำจรรยาบรรณคู่ค้าด้าน ESG โดยระบุประเด็นการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในเกณฑ์การประเมิน - สื่อสารจรรยาบรรณคู่ค้าแก่คู่ค้าทุกราย เปิดเผยบนเว็บไซต์ - สื่อสารกับคู่ค้า Critical Tier 1 ว่าจะมีการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ตั้งแต่ปี 2570 ซึ่งจะมีประเด็นด้านการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์เป็นเกณฑ์การประเมินด้วย	ดำเนินการประเมินตามนโยบายกับคู่ค้า Critical Tier 1 จำนวน 50% โดยใช้แบบประเมินคู่ค้าด้าน ESG	- ดำเนินการประเมินตามนโยบายกับคู่ค้า Critical Tier 1 จำนวน 100% โดยใช้แบบประเมินคู่ค้าด้าน ESG - เปิดเผยผลการประเมินคู่ค้าด้าน ESG ในรายงาน 56-1 One Report 2571
	รายงานผลประเมินคู่ค้าด้าน ESG ให้คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องรับทราบ		

3 แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

แผนงาน	2569	2570	2571
1. แผนการทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	- ทบทวนโดยครอบคลุมการปกป้อง “ข้อมูลสารสนเทศ” และ “ระบบสารสนเทศ” บริษัทจากภัยคุกคาม เพื่อเสนอคณะกรรมการบริษัทอนุมัติ - จัดทบทวนนโยบาย อย่างน้อยปีละครั้ง - สื่อสารให้พนักงานรับทราบและปฏิบัติตามทั้งองค์กร	—	—
2. แผนการประเมินด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ โดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร	ทำแผนปี 2569 เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อรายงานต่อผู้บริหาร	- ทำแผนปี 2570 เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อรายงานต่อผู้บริหาร - คัดเลือกและจ้างผู้ตรวจสอบภายนอกเพื่อประเมินด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์	- ได้รับการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอก - นำผลการตรวจสอบมาพัฒนาทำแผนงานเพื่อรายงานต่อผู้บริหาร และปิดช่องโหว่ต่อไป
3. พนักงานทุกคนในองค์กรได้รับการอบรม และผ่านการทดสอบความรู้ความเข้าใจอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	- พนักงานทั้งหมดต้องเข้าร่วมและผ่านการอบรม - พนักงานต้องได้คะแนน 80% ขึ้นไปจึงจะผ่านการทดสอบ	—	—
4. แผนการทดสอบความมั่นคงทางไซเบอร์	คัดเลือก/จ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อทดสอบการเจาะระบบสารสนเทศและโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ	- ดำเนินการทดสอบการเจาะระบบสารสนเทศ โดยผู้เชี่ยวชาญภายนอก - นำเสนอรายงานสรุปผลการทดสอบที่ระบุช่องโหว่พร้อมแนวทางการป้องกันความเสี่ยง/การเกิดซ้ำต่อผู้บริหาร โดยจะมีการทดสอบทุกๆ 3 ปี	—

แผน Climate Action

แผนงานที่สำคัญและผลลัพธ์ที่คาดหวัง

GHG: ก๊าซเรือนกระจก

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

เป้าหมาย	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบ และเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก ขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงาน	2569	2570	2571
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) ขอบเขตที่ 1 และ 2	- ทบทวนนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อมเสนอต่อคณะกรรมการบริษัท - ทบทวนกฎบัตร “คณะกรรมการบริษัทและความยั่งยืนของกิจการ” ครอบคลุมการจัดการความเสี่ยงและโอกาสการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - กำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย - อบรมการจัดเก็บข้อมูลและการบริหารจัดการ GHG - ระบุขอบเขตองค์กรในการเก็บข้อมูล GHG - ระบุกิจกรรมตามขอบเขต Emission Scope - จัดเก็บและคำนวณ GHG ปี 2569 ผ่านเครื่องมือที่ได้รับการรับรองจาก อบก. - ศึกษาและสนับสนุนการลด GHG ขอบเขตที่ 1 และ 2 ผ่านโครงการ Solar rooftop, EV Truck และ โครงการอื่นๆ	- ข้อมูล GHG ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี 2569 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - ได้รับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร จาก อบก. - รายงานข้อมูลการปล่อย GHG ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี 2569 ผ่านการทวนสอบภายในเดือน เม.ย. 2570 - จัดเก็บข้อมูลและคำนวณ GHG ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี 2570 - เริ่มกำหนดพื้นฐานและตั้งเป้าลด GHG - ระบุ/จัดลำดับความสำคัญของมาตรการ - เริ่มต้นศึกษา/วิเคราะห์ Gap Analysis รายงานปัจจุบันเทียบกับมาตรฐานสากล IFRS S2	- ข้อมูล GHG ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี 2570 ผ่านการทวนสอบจากผู้ทวนสอบภายนอก - ได้รับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล - รายงานข้อมูลของปี 1 และ 2 ของปี 2570 ผ่านการทวนสอบ - จัดเก็บและคำนวณ GHG ขอบเขตที่ 1 และ 2 ของปี 2571 - เตรียมพร้อมการจัดทำรายงานตามมาตรฐานสากล IFRS S2 - เริ่มต้นประเมินความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีต่อบริษัท ผ่านการประเมินแบบ Scenario Analysis ตามหลักประเมินสากล
	สนับสนุนการลด GHG ตามแผนผ่านโครงการ Solar rooftop, EV Truck และ โครงการอื่นๆ		
2. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกขอบเขตที่ 3 (เฉพาะ Significant Categories)	- ศึกษาการเก็บข้อมูลของปี 3 ที่ให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรมและการดำเนินงาน - ศึกษาและเริ่มต้นประเมินการปล่อย GHG ของผลิตภัณฑ์/บริการเพื่อพัฒนาโครงการ Logistics Solutions	- เริ่มเก็บข้อมูลของปี 3 ปี 2570 (เฉพาะ Category ที่ปล่อย GHG สูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทควบคุมได้) - เริ่มประเมินการปล่อย GHG ของผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อพัฒนาโครงการ Logistics Solutions	- เริ่มเก็บข้อมูลของปี 3 ปี 2571 (เฉพาะ Category ที่ปล่อย GHG สูงอย่างมีนัยสำคัญและบริษัทควบคุมได้) - ได้รับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์องค์กร ตามมาตรฐาน ISO 14064-1 ครอบคลุมขอบเขตที่ 3 จาก Certification Bodies ตามมาตรฐานสากล - พัฒนาโครงการ Logistics Solutions

ศึกษาข้อมูล 1 การบริหารความเสี่ยง ด้านแผนธุรกิจ + ด้านธรรมาภิบาล + Climate Action ได้ที่ **แผนเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ PLAN) ฉบับเต็ม**

สื่อประชาสัมพันธ์นี้ จัดทำขึ้นจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนที่มีการเผยแพร่อยู่แล้วบนเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลาด”) และข้อมูลจากแผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (“แผน JUMP+”) (รวมเรียกว่า “ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน”) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต่อผู้ที่เกี่ยวข้องในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเท่านั้น ทั้งนี้ ตลาด, ไม่อาจรับรองถึงความครบถ้วน ถูกต้อง ความเป็นปัจจุบัน ความเป็นไปได้ ความสมเหตุสมผล รวมถึงความสำเร็จ ผลลัพธ์ ประสิทธิภาพ เป้าหมาย และการคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ ตามที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์นี้แต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน โดย ตลาด, ไม่มีความรับผิดชอบต่อการสูญเสียหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์ไปใช้ในทุกรูปแบบ ทั้งนี้ หากผู้ลงทุนประสงค์จะลงทุนจะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน