



STRATEGY

แผนยุทธศาสตร์ ปิงบประมาณ 2570-2575

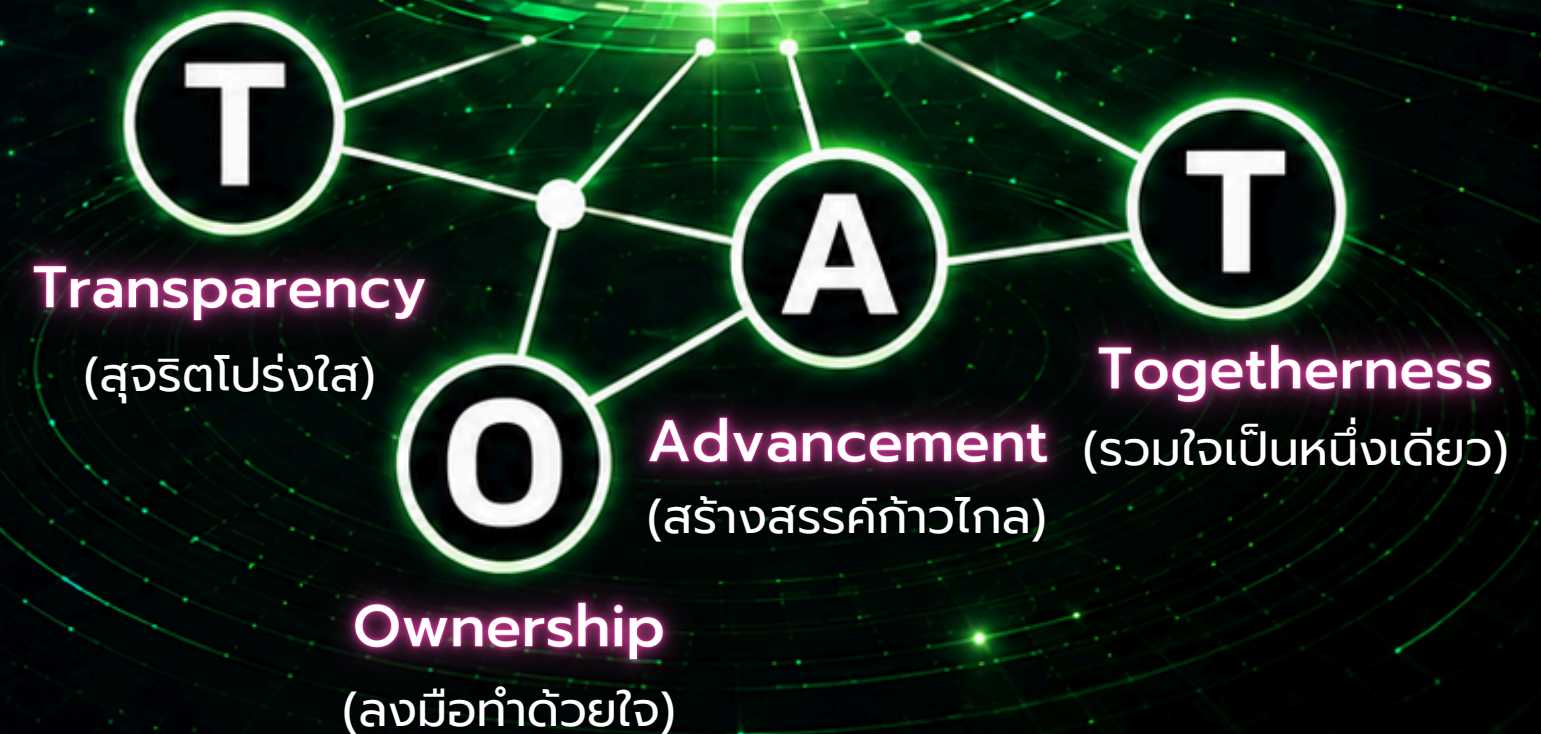
VISION

“เป็นองค์กรชั้นนำด้านยาสูบที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ
ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และดำเนินงานตามหลัก ESG เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน”

MISSION

- 1 >> สร้างรายได้จากธุรกิจยาสูบและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ
- 2 >> ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- 3 >> สร้างมูลค่าร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่ายาสูบ
- 4 >> จัดการและดำเนินธุรกิจด้วยธรรมาภิบาล โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสังคม

VALUE TOAT



Strategic Positioning

ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์

Short-term

ปี 2570-2571

สร้างความเข้มแข็งให้
ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจยาสูบ
(Strengthening Tobacco Supply Chain)

- ร่วมกำหนดทิศทาง การเติบโตร่วมกันกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของ ธุรกิจยาสูบ
- นวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจที่สร้างโอกาส การเติบโตให้กับห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจยาสูบ
- นำความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาใช้ ในการสนับสนุนและพัฒนา

Medium-term

ปี 2572-2573

สร้างมูลค่าตลอดห่วงโซ่คุณค่า
ของธุรกิจยาสูบอย่างต่อเนื่อง
(Pursuing Goals of Tobacco Supply Chain's Values)

- รักษาอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องของ ธุรกิจบุหรี่ยาสูบ และสร้างมูลค่าเพิ่ม จากทั้งธุรกิจเกี่ยวเนื่องและธุรกิจเพื่อ ประโยชน์
- นวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ (ธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง และธุรกิจเพื่อประโยชน์) ที่ขับเคลื่อนการสร้างมูลค่าตลอด ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจยาสูบ
- ลดผลกระทบและความเสี่ยงของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในห่วงโซ่คุณค่าของ ธุรกิจยาสูบ

Long-term

ปี 2574-2575

สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนตลอด
ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจยาสูบ
(Sustainability for Long-term Growth)

- ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจยาสูบที่มีการสร้าง รายได้ที่มั่นคง จากทั้งธุรกิจบุหรี่ยาสูบ ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และธุรกิจเพื่อประโยชน์
- นวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ (ธุรกิจ เกี่ยวเนื่อง และธุรกิจเพื่อประโยชน์) ที่ขับเคลื่อนการสร้างมูลค่าตลอด ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจยาสูบ
- การเติบโตร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างยั่งยืน

ปี 2576-2580

ธุรกิจยาสูบไทยที่พร้อมเติบโต
ในตลาดโลก

- สร้างการเติบโตในตลาดต่างประเทศ
- การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและ การพัฒนาธุรกิจใหม่ในตลาดโลก
- ขยายการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทั้งในและ ต่างประเทศ

Strategic Objective : SO

วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์

SO1

บริหารห่วงโซ่คุณค่า
ธุรกิจยาสูบเพื่อสร้างการเติบโต



SO2

ขับเคลื่อนองค์กรด้วย
นวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ



SO3

บริหารองค์กรร่วมกับ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
เพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน



Strategic Implementation

ถ่ายทอดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปปฏิบัติ

SO1 บริหารห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจยาสูบเพื่อสร้างการเติบโต

1.1 ส่งเสริมตลาดเพื่อสร้าง การเติบโตของเครือข่าย ธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ



กลยุทธ์ (Tactic)

- 1.1.1 ส่งเสริมตลาดเพื่อสร้าง
การเติบโตของเครือข่ายธุรกิจ
- 1.1.2 สร้างรายได้จากเครือข่าย
ธุรกิจต่างประเทศ

ตัวชี้วัด (KPI)

- รายได้จำหน่ายบุหรี่ชิกาแรต
ในประเทศ
- รายได้จำหน่ายบุหรี่ชิกาแรต
ต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

- แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์
- แผนพัฒนาช่องทางขาย
- แผนส่งออกบุหรี่ไปจำหน่าย
ต่างประเทศ

Strategic Implementation

ถ่ายทอดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปปฏิบัติ

SO1 บริหารห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจยาสูบเพื่อสร้างการเติบโต

1.2 บริหารห่วงโซ่คุณค่า ธุรกิจยาสูบ



กลยุทธ์ (Tactic)

1.2.1 บริหารห่วงโซ่คุณค่า
ธุรกิจยาสูบ

ตัวชี้วัด (KPI)

- ต้นทุนการผลิตบุหรี่ชิกาแรต

แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

- แผนบริหารต้นทุนด้านผลิต
- แผนเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้านใบยา
- แผนเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป
- แผนบริหารและควบคุมต้นทุนใบยา

Strategic Implementation

ถ่ายทอดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปปฏิบัติ

S02

ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ

2.1 สร้างรายได้จากรธุรกิจอื่นนอกเหนือจากการจำหน่ายบุหรี่



กลยุทธ์ (Tactic)

ตัวชี้วัด (KPI)

แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

2.1.1 สร้างรายได้จากรธุรกิจ
เกี่ยวเนื่อง

- รายได้จากการพัฒนาธุรกิจ
เกี่ยวเนื่อง

- แผนสร้างรายได้จากการจำหน่ายใบยา
และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับยาสูบ

2.1.2 สร้างโอกาสและใช้ประโยชน์
จากสินทรัพย์ในการพัฒนา
ธุรกิจเพื่อประโยชน์

- รายได้จากการพัฒนาธุรกิจ
เพื่อประโยชน์

- แผนสร้างรายได้จากโรงพยาบาล
จากบุคคลภายนอกและโครงการพิเศษ
- แผนสร้างรายได้จากรธุรกิจสิ่งพิมพ์
- แผนสร้างรายได้จากอสังหาริมทรัพย์

Strategic Implementation

ถ่ายทอดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปปฏิบัติ

S02

ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ

2.2 ปรับปรุงและพัฒนา New S-curve Business



กลยุทธ์ (Tactic)

2.2.1 ปรับปรุงและพัฒนา
New S-curve Business
เพื่อสร้างการเติบโตในระยะยาว

ตัวชี้วัด (KPI)

- ความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผน

แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

- แผนศูนย์นวัตกรรมการสกัด
- แผนพัฒนาธุรกิจ

Strategic Implementation

ถ่ายทอดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปปฏิบัติ

S03

บริหารองค์กรร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

3.1 สนับสนุนการจัดการ องค์กร พัฒนาบุคลากร และระบบดิจิทัลและ เทคโนโลยีสารสนเทศ



กลยุทธ์ (Tactic)

ตัวชี้วัด (KPI)

แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

3.1.1 พัฒนาและบูรณาการ
ระบบดิจิทัลและเทคโนโลยี
สารสนเทศ

- ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ
ดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ

- แผนนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพิ่ม
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
- แผนพัฒนาระบบงานดิจิทัลที่
สนับสนุนธุรกิจเกี่ยวเนื่องและ
ธุรกิจเพื่อประโยชน์

3.1.2 จัดเตรียมและพัฒนา
บุคลากร

- Human Capital Readiness

- แผนพัฒนาผู้สืบทอดรองรับ
ตำแหน่งที่สำคัญ
- แผนบริหารจัดการองค์ความรู้

Strategic Implementation

ถ่ายทอดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปปฏิบัติ

S03

บริหารองค์การร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

3.2 สร้างคุณค่าและ การเติบโตอย่างยั่งยืน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



กลยุทธ์ (Tactic)

ตัวชี้วัด (KPI)

แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

3.2.1 สร้างคุณค่าและการเติบโต
ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- ความพึงพอใจของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- สัดส่วนการมีส่วนร่วมของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน
ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจยาสูบ

- แผนบริหารความสัมพันธ์ชาวไร่ไวยา
- แผนบริหารความสัมพันธ์
ตัวแทนจำหน่าย
- แผนบริหารความสัมพันธ์ผู้ส่งมอบ
อะไหล่และวัสดุ
- แผนบริหารความสัมพันธ์ผู้ส่งมอบ
วัตถุดิบ

3.2.2 บริหารจัดการเพื่อ
ความยั่งยืน

- ความสำเร็จของการดำเนินงาน
ตามแผน

- แผนบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
เพื่อความยั่งยืน
- แผนบริหารจัดการด้านสังคม
เพื่อความยั่งยืน
- แผนบริหารจัดการด้านธรรมาภิบาล
เพื่อความยั่งยืน