



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท บางกอกแล็บ แอนด์ คอสเมติก จำกัด (มหาชน)

(BLC)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 23/03/2569

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 27/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท บางกอกแกล๊ป แอนด์ คอสเมติก จำกัด (มหาชน) ("BLC") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสาร ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือปรับปรุง แผนงานโครงการรวมถึงเป้าหมายของแผนงานหรือโครงการที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ตามที่บริษัทฯ เห็นสมควร และมีได้ให้คำยืนยันหรือรับรองถึงความถูกต้อง ความสมบูรณ์หรือความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้และ ไม่รับประกันว่าแผนงาน หรือโครงการตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายหรือกรอบเวลาที่คาดการณ์ไว้ สำหรับ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ รวมถึงข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคต (Forward-Looking Statement) ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นเพียงมุมมองของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสารเท่านั้น ซึ่งมีความเสี่ยง และความไม่แน่นอน โดยอาจ เปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต ตามสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน ปัจจัยทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นใดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันที่จะต้อง แจ้งปรับปรุงข้อมูลหรือข้อความดังกล่าวให้ทราบ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทฯ จะมีการอนุมัติปรับเปลี่ยนแผนงาน หรือเป้าหมาย หรือข้อมูล อื่นใด ที่จะทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลท.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีเจตนาในการชักชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ ความเห็น เกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชักชวนให้ เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเทศหรือเขตปกครอง พิเศษใดๆ ที่การกระทำดังกล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็น ปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่ อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่าเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนด้วยความรอบคอบ และระมัดระวัง

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการ ดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมาย การคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็น ดุลยพินิจและวิจารณญาณของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ตลท. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ ตลท. ไม่รับผิดชอบต่อ ความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญาหรือความเสียหาย อันเป็นผลสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่ จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือในข้อมูลดังกล่าว หรือจากการ ที่ผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่ บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : กลยุทธ์ทางการตลาด	3
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : กลยุทธ์แผนการผลิต	6
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	9
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	10
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	12
แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	14
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	16
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	17
แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	17

sSET

สินค้าอุปโภคบริโภค / ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์

CG Report :

 SET ESG Ratings: **A**

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน ประเภทยาสามัญ และยาสามัญใหม่ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ยาสำหรับสัตว์ เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องมือแพทย์และอื่น ๆ

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	1,678.60	1,578.99	1,417.17	1,299.52
ค่าใช้จ่าย	1,449.77	1,348.46	1,216.94	1,126.65
Net Profit	173.02	171.35	145.39	125.72
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	2,365.61	2,237.65	2,240.25	1,212.62
หนี้สิน	686.77	551.97	644.92	931.12
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,658.16	1,666.27	1,575.60	268.26
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	136.91	187.76	125.97	135.26
กิจกรรมลงทุน	-113.51	199.15	-944.54	-14.62
กิจกรรมจัดหาเงิน	-79.10	-297.82	871.18	-104.97
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.29	0.29	0.27	0.28
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	58.61	56.02	56.26	54.08
อัตรากำไรสุทธิ (%)	10.50	11.15	10.64	9.98
D/E Ratio (เท่า)	0.41	0.33	0.40	3.31
ROE (%)	10.41	10.57	15.77	46.87
ROA (%)	9.94	10.30	11.60	14.26

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท
แผนธุรกิจ
เป้าหมาย ณ ปี 2571

 EBITDA **563.00** ล้านบาท

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : กลยุทธ์ทางการตลาด	✓	✓	
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : กลยุทธ์แผนการผลิต	✓	✓	✓

แผนด้านธรรมาภิบาล

1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ
2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
3. แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก
2. แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบต่อ ความเสียหายหรือสูญหายจากการนำข้อมูลที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกระณและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
EBITDA (ล้านบาท)	253.07	287.67	289.50	563.00

บริษัท บางกอกแล็ป แอนด์ คอสเมติก จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) เลือกใช้การเติบโตของ EBITDA เป็นเป้าหมายทางการเงินหลัก เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนผลการดำเนินงานจากธุรกิจหลักและความสามารถในการทำกำไรได้อย่างแท้จริง โดยไม่ถูกบิดเบือนจากโครงสร้างทางการเงิน นโยบายบัญชี ค่าเสื่อมราคา หรือภาษี อีกทั้งสอดคล้องกับกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าบริษัทผ่านการพัฒนาสินค้า การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การลงทุนเทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนระยะยาว และยังเป็นตัวชี้วัดที่นักลงทุนและสถาบันการเงินใช้ประเมินศักยภาพการสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : กลยุทธ์ทางการตลาด

ทิศทางการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มบริษัทในส่วนของกลยุทธ์การดำเนินงานที่กลุ่มบริษัทกำหนดเป็นทิศทางการดำเนินธุรกิจในอนาคต โดยแบ่งเป็นส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานคุณภาพระดับสากล ผ่านการวิจัยและพัฒนา (R&D) และการพิจารณาความเป็นไปได้ในด้านการผลิต สิทธิบัตร ต้นทุน คู่แข่งในตลาด และด้านการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม
- ด้านราคา (Price) บริษัทฯ ดำเนินการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและคุณภาพของสินค้า พร้อมคำนึงถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาด
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) บริษัทฯ มีกลยุทธ์การกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมตามลักษณะของสินค้าแต่ละประเภท
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งบริษัทฯ ใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น Social Media Marketing, Content Marketing, Sales Promotion, Public Relations (PR) รวมถึงการแจกตัวอย่างสินค้า เพื่อกระตุ้นการรับรู้และการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง
- การพัฒนาการค้า E-Commerce ซึ่งเป็นช่องทางที่มีการเติบโตสูงตามแนวโน้มของตลาดในปัจจุบัน โดยเน้นการทำ Social Media E-Commerce ในช่วงแรก ซึ่งจะเป็นช่องทางที่มีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้าวงกว้างให้เข้าถึงสินค้าง่ายขึ้น และเป็นการสร้างการรับรู้ตราสินค้าให้คนรู้จักสินค้ามากขึ้น รวมไปถึงการสร้างยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์ได้
- การจัดตั้งทีมงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ เพื่อแสวงหาและเชิญชวนบริษัทเวชภัณฑ์ในประเทศและต่างประเทศมาจ้างผลิตในราคาที่เหมาะสม พร้อมบริการงานด้านทะเบียนเป็นกลยุทธ์ที่ต่อยอดมาจากกลยุทธ์การสร้างอาคารผลิตใหม่ ซึ่งจะสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างมากทั้งด้านรายได้และกำไรจากการลงทุนสินทรัพย์
- บริษัทฯ มีแผนลงทุนในระบบ AI เพื่อปฏิรูปกระบวนการบริหารจัดการข้อมูลภายในองค์กร (Internal Data Management) โดยมุ่งเน้นการใช้ระบบอัตโนมัติมาทดแทนขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน (Process Automation) เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและแม่นยำในการจัดการข้อมูล ซึ่งจะช่วยลดภาระงานที่ไม่จำเป็นและควบคุมสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในอนาคตได้อย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้โครงสร้างองค์กรมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพด้านต้นทุนสูงสุด

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ยาสามัญใหม่ โดยมีเป้าหมายที่จะออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสามัญใหม่อย่างน้อย 2 รายการต่อปี
- พัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ที่นำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความแตกต่าง ปรับปรุงด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพและความปลอดภัย โดยจะออกจำหน่ายอย่างน้อย 1 รายการต่อปี
- สร้างการเติบโตผ่านการขยายฐานลูกค้าใหม่ด้วยนวัตกรรมสินค้าใหม่ ควบคู่ไปกับการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีศักยภาพ โดยมีลูกค้าช่องทางโรงพยาบาล (ETH) และลูกค้าช่องทางร้านขายยา (OTC) เพิ่มขึ้น 5% ต่อปีจากฐานลูกค้าเดิม

• เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
EBITDA (ล้านบาท)	287.67	289.50	360	460	563

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
พัฒนาผลิตภัณฑ์ยาสามัญใหม่เพื่อออกจำหน่าย	2569	• ออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสามัญใหม่อย่างน้อย 2 รายการ
	2570	• ออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสามัญใหม่อย่างน้อย 2 รายการ
	2571	• ออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสามัญใหม่อย่างน้อย 2 รายการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อออกจำหน่าย	2569	• ออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างน้อย 1 รายการ
	2570	• ออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างน้อย 1 รายการ
	2571	• ออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างน้อย 1 รายการ
สร้างการเติบโตผ่านการขยายฐานลูกค้าใหม่ด้วยนวัตกรรมสินค้าใหม่ ควบคู่ไปกับการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีศักยภาพ	2569	• ลูกค้าช่องทางร้านขายยา (OTC) และลูกค้าช่องทางโรงพยาบาล (ETH) เพิ่มขึ้น 5% จากฐานลูกค้าเดิม
	2570	• ลูกค้าช่องทางร้านขายยา (OTC) และลูกค้าช่องทางโรงพยาบาล (ETH) เพิ่มขึ้น 5% จากฐานลูกค้าเดิม
	2571	• ลูกค้าช่องทางร้านขายยา (OTC) และลูกค้าช่องทางโรงพยาบาล (ETH) เพิ่มขึ้น 5% จากฐานลูกค้าเดิม

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ผลิตภัณฑ์ยาสามัญใหม่และยาสามัญที่เข้าสู่ตลาดได้รับการตอบรับน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจากพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้ส่งจ่าย/ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์สินค้าใหม่อาจยังไม่เพียงพอ ตลอดจนความไม่ชัดเจนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่กระบวนการวิจัย รวมถึงการเลื่อนระยะเวลาการวิจัยและการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ออกไปจากกรอบเวลาที่กำหนดไว้ อีกทั้งข้อจำกัดด้านกฎระเบียบและกฎหมายบางประการทำให้ไม่สามารถวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในท้องตลาดเป็นลำดับต้น ๆ

• ผลกระทบความเสี่ยง

- รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- กำไรสุทธิไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- ภาพลักษณ์เสียหายผู้มีส่วนได้เสียขาดความเชื่อมั่น
- เสียโอกาสทางการตลาด

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- มีการจัดทำรายงานการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility report) เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะนำเข้ากระบวนการวิจัยและกำหนดวงจําหน่าย
- มีการประชุมร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกําหนดกรอบเวลาของกระบวนการวิจัยและการขออนุญาตใบสำคัญการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานภาครัฐ
- จัดทำ Marketing plan ของผลิตภัณฑ์ใหม่
- การประชุมของฝ่ายขายและการตลาดเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์/พฤติกรรมการใช้ที่เปลี่ยนไป
- คณะทำงานพิจารณาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในตลาด
- จัดซื้อฐานข้อมูลมูลค่าการตลาด (IQVIA Data) เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
- นำเสนอข้อมูลของผลิตภัณฑ์ใหม่และวิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งในคณะทำงานพิจารณาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPT)

ความเสี่ยงที่ 2 : การออกจําหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรได้รับการตอบรับจากตลาดน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจากการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดต้องมีการลงทุนสูงทั้งด้านการวิจัยและการศึกษาทางคลินิก ทั้งยังต้องใช้กำลังการวิจัยร่วมกับการวิจัยยาสามัญใหม่ การออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายใต้หมวดยาความเสี่ยงต่ำยังมีข้อจํากัดด้านความพร้อมของสถานที่ผลิตและเอกสารประกอบ รวมทั้งไม่สามารถหาแหล่งวัตถุดิบหรือกระบวนการสกัดได้ตามความต้องการของบริษัทผู้จัดจําหน่ายและไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ยอดขายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- นักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญด้านสมุนไพรของบริษัทฯ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- มีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านสมุนไพรโดยเฉพาะ
- มีการจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
- มีการแต่งตั้งคณะทำงานพิจารณาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการทำตลาด
- มีการประมาณการราคาผลิตภัณฑ์ก่อนเริ่มดำเนินการวิจัยและพัฒนา
- มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนากระบวนการพัฒนาและสกัดสมุนไพร
- คณะทำงานพิจารณาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในตลาด
- ให้มีการทบทวนแผนการวางจําหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร มุ่งเน้น 7 รายการ

ความเสี่ยงที่ 3 : ช่องทางการจําหน่ายใหม่ (Online, B2C) มีการรับรู้จากผู้บริโภคในวงแคบ

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจาก BKD VIVA เป็นบริษัทใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดออนไลน์ รวมถึงยังขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการบริหารจัดการตลาดออนไลน์ การแข่งขันด้านราคาและความนิยมของรีวิวนโซเซียลมีผลโดยตรงต่อยอดขายในตลาดออนไลน์ที่มีคู่แข่งจำนวนมาก สำหรับการเปิดร้านค้าของกลุ่มบริษัทที่มีค่าใช้จ่ายคงที่ต่อจุดขายแต่ยอดขายยังไม่แน่นอน และยังไม่มียูนิฟอร์มร้านค้าและลูกค้าขนาดใหญ่ที่มั่นคง อีกทั้งประสิทธิภาพการขายขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานหน้าร้าน

• ผลกระทบความเสี่ยง

- รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- กำไรสุทธิไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- มีการจัดทำแผนธุรกิจ/แผนการตลาด
- มีการจัดทำประมาณการงบกำไร-ขาดทุน งบดุล งบกระแสเงินสด

- มีบุคลากรของ BDC ดูแลเกี่ยวกับกิจกรรมสนับสนุน (เอกสารการจัดซื้อ การเบิกเงิน การบริหารคลังสินค้า)
- มีการนำ AI มาใช้ในการออกแบบ Content ให้ทันสมัย
- ทำวิเคราะห์ยอดขายและ Conversion Rate รายเดือนของแต่ละแพลตฟอร์มเพื่อใช้ประเมินประสิทธิภาพและปรับแผนกลยุทธ์ได้ทันที่
- มีการอบรมเพิ่มทักษะการตลาดออนไลน์ให้แก่ทีม BKD Viva เพื่อเสริมความเข้าใจด้านกลยุทธ์การโฆษณาและการสร้างเนื้อหาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละแพลตฟอร์ม
- มีการวัดผลและรายงานประสิทธิภาพของคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับแนวทางการสื่อสารให้ตรงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น
- มีการประชุมติดตามทุกสัปดาห์

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : กลยุทธ์แผนการผลิต

เพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจในระยะยาว รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการผลิตเวชภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล กลุ่มบริษัทได้มีกลยุทธ์ด้านการพัฒนาการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตไว้ดังนี้

- การก่อสร้างอาคารผลิตใหม่ (New Plant) บริษัทฯ ดำเนินโครงการสร้างอาคารผลิตใหม่เพื่อใช้เป็นฐานการผลิตหลักในอนาคต อาคารใหม่นี้ได้รับการออกแบบให้ได้มาตรฐานการผลิตเวชภัณฑ์ที่ทันสมัยและปลอดภัย เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้แก่กลุ่มบริษัทพร้อมทั้งรองรับการขยายธุรกิจรับจ้างผลิตให้กับบริษัทข้ามชาติในอนาคต
- การจัดซื้อเครื่องจักรเทคโนโลยีใหม่สำหรับอาคารผลิตใหม่ (New Plant) เพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพของอาคารผลิตใหม่ บริษัทฯ มีแผนจัดซื้อเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีทันสมัยเพื่อทดแทนเครื่องจักรเดิมที่มีประสิทธิภาพลดลง ตลอดจนเพิ่มกำลังการผลิตให้สามารถรองรับสินค้าใหม่และความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนานวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ ขนาดบรรจุภัณฑ์ และฉลากบรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
- การใช้พลังงานทดแทนผ่านระบบ Solar Roof บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการบริหารพลังงานภายในโรงงานอย่างยั่งยืน โดยกำหนดแผนติดตั้งแผง Solar Roof บนหลังคาของอาคารผลิตใหม่และจะเริ่มดำเนินการในไตรมาส 4 ของปี 2569 คาดว่าจะผลิตไฟฟ้าได้ประมาณ 990 กิโลวัตต์พีค (kWp)
- จัดตั้งโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Farm) Phase II สามารถมีกำลังการผลิตไฟฟ้าจำนวน 1.5 เมกะวัตต์ (MW) และเริ่มจ่ายกระแสไฟฟ้าเข้าสู่ระบบภายในอาคารต่าง ๆ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2569

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
- ความมั่นคงทางการเงิน

เป้าหมาย

เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินทรัพย์เพื่อสร้างรายได้สูงสุด โดยมุ่งเน้นการขยายฐานการผลิตในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการสูง เพื่อสร้างรายได้และใช้ประโยชน์จากโรงงานใหม่ให้เต็มศักยภาพ (High Asset Utilization) ให้เกิดประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มอัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ (Asset Turnover Ratio) และรักษาความสามารถในการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน

• เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด			เป้าหมาย	
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Asset Turnover Ratio (เท่า)	0.71	0.73	0.73	ไม่ต่ำกว่าปีก่อน	ไม่ต่ำกว่าปีก่อน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เพิ่มประสิทธิภาพการสร้างรายได้จากการใช้สินทรัพย์ (Asset Efficiency) โดยเร่งอัตราการใช้จ่ายการผลิตของโรงงานใหม่ และบริหารจัดการวงจรสินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อบรรลุเป้าหมายอัตราหมุนเวียนสินทรัพย์ของบริษัท	2569	• มี Asset Turnover Ratio 0.73 เท่า
	2570	• มี Asset Turnover Ratio ไม่ต่ำกว่าปีก่อน
	2571	• มี Asset Turnover Ratio ไม่ต่ำกว่าปีก่อน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : อาคารผลิตหลังใหม่เปิดใช้งานได้ล่าช้ากว่าแผนที่กำหนดไว้

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจากผู้รับเหมาก่อสร้างไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามกรอบเวลาที่กำหนด เกิดอุบัติเหตุชั้นร้ายแรงและภัยพิบัติเป็นเหตุให้ต้องหยุดการก่อสร้างชั่วคราว เพื่อสอบสวน ระยะเวลาการตรวจสอบ Qualification ระบบ Utility ล่าช้า มีการแก้ไขตามผลการตรวจอาคารสถานที่จากหน่วยงานภาครัฐ

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ขาดความเชื่อมั่นจากนักลงทุน
- รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น
- ค่าเสื่อมราคาไม่สอดคล้องกับการใช้งาน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- มีการทำสัญญาก่อสร้างระหว่างผู้รับเหมากับบริษัทฯ
- บริษัทฯ มีหน่วยงานความปลอดภัย (จป.วิชาชีพ) ประสานกับ (จป.วิชาชีพ) ของผู้รับเหมาในการควบคุมด้านความปลอดภัย
- มีการจัดหางบประมาณลงทุนสำหรับโครงการก่อสร้างและจัดซื้อเครื่องจักร
- มีการใช้แบบแปลนที่ได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานภาครัฐ
- จัดทำ Combine Plan ระหว่างการก่อสร้างอาคาร การจัดซื้อเครื่องจักรและการติดตั้งเครื่องจักร รวมถึงการทำ Qualification
- จัดตั้งคณะทำงานสำหรับการตรวจ/ติดตามและควบคุมการก่อสร้าง

ความเสี่ยงที่ 2 : สินค้าสำเร็จรูปคงคลังมีปริมาณมากเกินไปเกินความต้องการ แต่ก็มีสินค้าที่ไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายในบางรายการด้วย

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจากปริมาณการขายสินค้าสำเร็จรูปต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ ขนาดรุ่นการผลิตของบางผลิตภัณฑ์ไม่สอดคล้องกับปริมาณการขาย หรือมีการเร่งการนำสินค้าสำเร็จรูปเข้าคลังเกินความต้องการใช้งานจริง

• ผลกระทบความเสี่ยง

- เสียค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ
- ประสิทธิภาพการสินค้าเสื่อมสภาพเพิ่มขึ้นกระทบต่อกำไรขาดทุน
- อัตราการหมุนเวียนของสินค้าต่ำ สร้างความกังวลให้กับนักลงทุน
- อายุของสินค้าสำเร็จรูปที่น้อยกว่า 1 ปี ไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำรายงานความเคลื่อนไหวประจำสัปดาห์ของสินค้าสำเร็จรูปและสินค้าระหว่างผลิต
- ประชุมคณะกรรมการวางแผนผลิตร่วมกับบริษัทผู้จำหน่ายเป็นประจำทุกเดือน
- บริษัทผู้จำหน่ายทบทวน Production forecast เพื่อปรับปรุงแผนผลิตทุกไตรมาส
- จัดทำแผนผลิตรประจำทุกเดือน และพิจารณาแก้ไขรายการที่ Overstock มากที่สุด

- การจัดทำ Sales Forecast ให้ผู้รับผิดชอบโดยตรงเป็นผู้จัดทำและผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ทบทวน
 - ติดตามข้อมูลปริมาณการขายจริงเทียบกับ Sales Forecast ที่ตั้งไว้
 - จัดทำโปรแกรมรายงานสินค้าสำเร็จรูปเปรียบเทียบสต็อกสินค้ากับเป้าหมาย
 - โรงงานแจ้งรายการสินค้าสำเร็จรูปที่ไม่สามารถส่งมอบได้แก่ฝ่ายขายทราบล่วงหน้า
-

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

ปัจจุบันคณะกรรมการของบริษัทฯ มีทั้งหมด 7 คน โดยมีสัดส่วนเป็นกรรมการที่ไม่เป็นผู้บริหารและกรรมการที่เป็นผู้บริหาร อยู่ที่ 4:3 และประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ ซึ่งสอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด และบริษัทฯ ยังให้ความสำคัญต่อการกำหนดโครงสร้างกรรมการ โดยมีแผนจะทบทวนโครงสร้างของกรรมการให้สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนปี 2560 และโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนไทยเพิ่มเติม เพื่อให้มีการถ่วงดุลอำนาจได้อย่างเหมาะสม มีการตัดสินใจได้อย่างเป็นอิสระ เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ถือหุ้นทุกราย

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	เสร็จสิ้น	-	-	-
คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

การกำหนดแผนงานที่สำคัญเกี่ยวกับความเป็นอิสระของกรรมการ บริษัทฯ ได้วางแผนงานให้สอดคล้องตามแนวปฏิบัติด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี เรื่องคณะกรรมการสรรหา (ฉบับปรับปรุง มกราคม 2564) ซึ่งจะช่วยให้กระบวนการสรรหากรรมการใหม่มีความโปร่งใส และนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ทบทวนโครงสร้างของคณะกรรมการบริษัท (Board Skill Matrix) ทั้งในเรื่องของขนาด องค์ประกอบ สัดส่วนกรรมการอิสระ และทักษะที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมของบริษัทฯ เพื่อกำหนดจำนวนและคุณสมบัติของบุคคลที่จะมาเป็นกรรมการให้เพียงพอเหมาะสม	2569	• กำหนดจำนวนกรรมการ กรรมการอิสระและจัดทำเกณฑ์คุณสมบัติของบุคคลที่จะได้รับการพิจารณาเสนอแต่งตั้งเป็นกรรมการ แล้วเสร็จภายในเดือนธันวาคม
เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นหรือกรรมการบริษัทฯ เสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้ารับการแต่งตั้งเป็นกรรมการบริษัทฯ รวมถึงการค้นหาจากฐานข้อมูลของ IOD เพื่อรวบรวมรายชื่อเสนอคณะกรรมการสรรหาฯ พิจารณาตามกระบวนการ	2570	• ประกาศให้มีการเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าเป็นกรรมการในช่วงเดือนกรกฎาคม - ตุลาคม และรวบรวมรายชื่อ พร้อมกับประวัติ แล้วเสร็จภายในเดือนตุลาคม
คัดเลือก/ตรวจสอบคุณสมบัติบุคคลที่อาจได้รับการแต่งตั้งเป็นกรรมการ (รายบุคคล) ตามกระบวนการ เพื่อกำหนดลำดับรายชื่อผู้ผ่านการคัดกรองพร้อมคุณสมบัติ/เหตุผลการคัดเลือกเสนอต่อคณะกรรมการบริษัทฯ	2570	• ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้ได้รับการเสนอชื่อเป็นกรรมการ แล้วเสร็จภายในเดือนธันวาคม
	2571	• ทาบตามและเสนอรายชื่อผู้ผ่านการคัดเลือกเพื่อเข้ารับ การแต่งตั้งเป็นกรรมการใหม่ต่อคณะกรรมการบริษัทฯ ภายในเดือนกุมภาพันธ์
คณะกรรมการบริษัทฯ กำหนดวาระการประชุมเกี่ยวกับการแต่งตั้งกรรมการใหม่ และเสนอต่อที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี เพื่อพิจารณาแต่งตั้งกรรมการใหม่	2571	• ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปีอนุมัติแต่งตั้งกรรมการใหม่ ตามจำนวนที่บริษัทฯ กำหนด
ปฐมนิเทศและจัดทำแผนการฝึกอบรมของกรรมการใหม่ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของบริษัทฯ และบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบตามกฎหมายของกรรมการในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ	2571	• กรรมการใหม่ได้รับการปฐมนิเทศ และได้รับการอบรมหลักสูตรพื้นฐานสำหรับกรรมการ แล้วเสร็จภายในสิ้นปี

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : สรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระไม่ครบตามเป้าหมาย

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจากกรรมการบริษัทที่มีความรู้และประสบการณ์บางด้านเป็นที่ต้องการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (กำกับดูแลความยั่งยืน)

• ผลกระทบความเสี่ยง

จำนวนกรรมการอิสระไม่สอดคล้องตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนปี 2560 และ โครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียน การบริหารขาดการถ่วงดุลที่เหมาะสม อาจทำให้ผู้ถือหุ้นไม่ได้รับประโยชน์สูงสุด ความเชื่อมั่นของผู้ลงทุนลดลง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- กำหนดแผนการสรรหาบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ และมีการดำเนินการตามแผนงานอย่างเคร่งครัด
- กำหนดเกณฑ์ที่ชัดเจนในการพิจารณาคุณสมบัติบุคคลเพื่อดำรงตำแหน่งกรรมการอิสระ

ความเสี่ยงที่ 2 : กรรมการอิสระมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจของบริษัทฯ ไม่เพียงพอ

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจากธุรกิจอุตสาหกรรมยาค่อนข้างเป็นธุรกิจที่ซับซ้อนเฉพาะด้าน

• ผลกระทบความเสี่ยง

อาจทำให้การตัดสินใจไม่สมบูรณ์ ขาดประสิทธิภาพ และอาจไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง บริษัทฯ ขาดความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ การดำเนินงานตามแผนธุรกิจหรือกลยุทธ์ของบริษัทฯ ชะงัก

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- การสรรหากรรมการอิสระมีการกำหนดการพิจารณาถึงประสบการณ์และความรู้ความเข้าใจในธุรกิจอุตสาหกรรมของบริษัทฯ
- การปฐมนิเทศกรรมการใหม่และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ
- การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการประจำปีและปรึกษาหารือถึงแนวทางการพัฒนาการทำงานของคณะกรรมการ

ความเสี่ยงที่ 3 : กรรมการอิสระขาดความเป็นอิสระอย่างแท้จริง

• ลักษณะความเสี่ยง

เนื่องจากธุรกิจอุตสาหกรรมยาไม่กว้างมาก กรรมการอิสระอาจเคยทำธุรกิจกับกรรมการหรือผู้บริหารมาก่อน

• ผลกระทบความเสี่ยง

กรรมการอิสระไม่สามารถทำหน้าที่กำกับดูแลได้อย่างเต็มที่ การตัดสินใจที่เกิดขึ้นอาจขาดความเป็นกลาง และไม่เป็นที่ไว้วางใจต่อบริษัทฯ และผู้ถือหุ้น

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- การตรวจสอบคุณสมบัติของกรรมการอิสระอย่างเข้มงวดเพื่อให้มั่นใจว่ามีความเป็นอิสระ
- จัดให้มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความขัดแย้งทางผลประโยชน์ให้ทราบอย่างโปร่งใส
- ติดตามการปฏิบัติตามนโยบายการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัดและสม่ำเสมอ

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

ด้วยความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล และความโปร่งใสสูงสุด กลุ่มบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญของการต่อต้านคอร์รัปชันในทุกรูปแบบ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกและกิจกรรมภายใต้โครงการ Coalition Against Corruption (CAC) จึงเป็นก้าวสำคัญที่ต่อยอดถึงพันธกิจหลักของเราในการสร้างความเชื่อมั่น ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักลงทุน ในฐานะที่เป็นรากฐานสำคัญของการเติบโตอย่างยั่งยืน รายงานฉบับนี้จะสรุปภาพรวมการดำเนินงานและแผนการยกระดับมาตรฐาน Anti-Corruption ของบริษัทฯ ที่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของ CAC เพื่อขับเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศด้าน ความยั่งยืน ต่อไป

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	เสร็จสิ้น	-	-	-
<ul style="list-style-type: none"> การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน 	เสร็จสิ้น	-	-	-
<ul style="list-style-type: none"> การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน 	เสร็จสิ้น	-	-	-
<ul style="list-style-type: none"> การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง 	เสร็จสิ้น	-	-	-
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอขึ้นรับรอง	ได้รับการรับรอง
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	คู่มือสำคัญที่คาดว่าจะสามารถประกาศนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างน้อย 10 ราย

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การศึกษาเกณฑ์การพิจารณาเพื่อเข้าร่วมและเตรียมความพร้อมและประกาศเจตนารมณ์	2569	<ul style="list-style-type: none"> ประกาศเจตนารมณ์ การวิเคราะห์ช่องว่างของการดำเนินงานที่มีอยู่ และรายการตรวจสอบ
เตรียมพร้อมก่อนส่งข้อมูลเพื่อขอรับรอง	2569	<ul style="list-style-type: none"> ผลการประเมินความเสี่ยงด้านคอร์รัปชันในองค์กร
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ผลการประเมินตนเอง และเอกสารเพื่อเตรียมพร้อมเพื่อขอรับรอง
การขอรับรองแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย	2571	<ul style="list-style-type: none"> ผลการประเมินตนเอง และเอกสารเพื่อขอขึ้นรับรอง ที่ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการตรวจสอบ และผู้สอบบัญชี ได้รับการรับรองการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน จากโครงการของภาคเอกชนไทย

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการไม่ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านทุจริต

• ลักษณะความเสี่ยง

- ขาดความรู้ความเข้าใจในเกณฑ์การประเมินการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- ระบบควบคุมภายในและเอกสารไม่ต่อเนื่อง
- พนักงานไม่ปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันอย่างจริงจัง

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ไม่ผ่านการรับรองหรือถูกเพิกถอนสถานะสมาชิกการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน จากโครงการของภาคเอกชนไทย
- สูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- อาจถูกตรวจสอบหรือถูกลงโทษทางจริยธรรม

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดอบรมพนักงานเป็นประจำทุกปี
- ติดตามประเมินตนเองตามเกณฑ์การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน อย่างสม่ำเสมอ
- รายงานความคืบหน้าให้ผู้บริหารทราบทุกไตรมาส
- พัฒนาและทบทวนระบบควบคุมภายใน และตารางอำนาจอนุมัติ (หากจำเป็น)

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงจากการดำเนินงานล่าช้าส่งผลให้ไม่สามารถยื่นขอรับรอง CAC ได้ตามกำหนด

• ลักษณะความเสี่ยง

- ไม่มีการกำหนดผู้รับผิดชอบหลักในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อขอรับรอง
- ขาดการติดตามกำหนดเวลาจากการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันอย่างต่อเนื่อง
- เอกสารประกอบไม่ครบหรือไม่เป็นตามรูปแบบที่กำหนด

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ติดสถานะ Blackout เป็นระยะเวลา 6 เดือน
- กระทบต่อภาพลักษณ์ด้านความโปร่งใส และธรรมาภิบาล
- ต้องเริ่มกระบวนการขอรับรองใหม่ ซึ่งใช้เวลาและทรัพยากรเพิ่ม

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำ Timeline แผนยื่นรับรองการประเมินการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน แต่ละขั้นตอน
- กำหนดระบบแจ้งเตือน หรือการรายงานสถานะเป็นประจำเพื่อติดตามความคืบหน้าของโครงการ
- ตรวจสอบความครบถ้วนของเอกสารล่วงหน้า
- รายงานสถานะให้ผู้บริหารทราบเป็นระยะเพื่อเร่งรัดเมื่อจำเป็น

ความเสี่ยงที่ 3 : ความเสี่ยงจากพันธมิตรทางธุรกิจไม่ปฏิบัติตามหลักการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน

• ลักษณะความเสี่ยง

- คู่ค้าหรือพันธมิตรทางธุรกิจไม่มีนโยบายการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน
- ขาดกระบวนการตรวจสอบภูมิหลังคู่ค้า (Due Diligence)
- การเลือกคู่ค้าโดยอิงความสัมพันธ์ส่วนตัว

• ผลกระทบความเสี่ยง

- เสี่ยงต่อการถูกพัวพันกับการทุจริตของลูกค้า
- เสี่ยงชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กร
- ถูกสอบสวนโดยหน่วยงานภาครัฐหรือถูกเพิกถอนการรับรอง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดทำและใช้แบบตรวจสอบเพื่อตรวจสอบคู่ค้าก่อนทำธุรกิจ
- เพิ่มเงื่อนไข Anti - Corruption ในสัญญา
- ประเมินความเสี่ยงของลูกค้ารายสำคัญเป็นประจำ
- สื่อสารแนวทางการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันให้คู่ค้ารับทราบ

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

การตรวจสอบความมั่นคงสารสนเทศ หรือ Cybersecurity Audit เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญสำหรับองค์กรสำหรับการปกป้องข้อมูลและ ลดความเสี่ยงของระบบสารสนเทศจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ อาทิ มัลแวร์ (Malware) ฟิชซิง (Phishing) แรนซัมแวร์ (Ransomware) และ บอตเน็ต (Botnet) เป็นต้น คณะกรรมการและผู้บริหารได้ให้ความสำคัญ และกำหนดให้มีการจัดทำแผนดำเนินการและกำหนดเป้าหมาย เพื่อพัฒนาความมั่นคงสารสนเทศอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร โดยใช้กรอบแนวทางการดำเนินงานตาม ISO/IEC 27001:2022 - Information Security Management

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> • มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท 	เสร็จสิ้น	-	-	-
<ul style="list-style-type: none"> • ความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศได้รับการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร และมีแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> • พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม สื่อสาร และทดสอบความเข้าใจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง ISO/IEC27001:2022	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เตรียมความพร้อมขององค์กรก่อนขอการรับรองระบบมาตรฐาน ISO/IEC27001:2022	2569	• ผลการตรวจประเมินภายในอย่างน้อย 2 รอบการตรวจประเมิน ไม่ได้รับข้อบกพร่องสำคัญ (Car Major)
ขอการรับรองระบบมาตรฐาน ISO/IEC 27001 : 2022 - จัดทำ Certification Body (CB) - ดำเนินการตรวจประเมินเพื่อขอการรับรอง	2570	• ได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO/IEC27001 : 2022

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ไม่ได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO/IEC27001:2022

• ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทฯ มีข้อบกพร่องที่สำคัญในการดำเนินการด้านความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ ทำให้ไม่สามารถได้รับการรับรองระบบมาตรฐาน ISO/IEC27001:2022

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัทฯ ขาดความมั่นใจในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ
- สูญเสียงบประมาณในการตรวจรับรองระบบ หากไม่ได้รับ Certification
- ไม่มีกระบวนการที่มีความสำคัญสำหรับการปกป้องข้อมูลและลดความเสี่ยงของระบบสารสนเทศจากภัยคุกคามทางไซเบอร์

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- จัดตั้งคณะทำงานระบบการจัดการความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ
- จัดอบรมข้อกำหนด ISO/IEC27001:2022 ให้กับผู้เกี่ยวข้อง
- ดำเนินการ Implement ระบบ ISO/IEC27001:2022
- จัดทำ/แก้ไขเอกสารต่าง ๆ เช่น บริบทองค์กร คู่มือการปฏิบัติตามข้อกำหนด Procedure และสื่อสารให้พนักงานในองค์กรทราบ
- รวบรวมกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับระบบฯ
- ติดตามผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือน
- การตรวจประเมินภายในเพื่อยืนยันความพร้อมเบื้องต้นก่อนการขอการรับรอง

ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://sustainability.blcplc.com/en/document/viewer/126/thailand-greenhouse-gas-management-organization-2024>



เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

กลุ่มบริษัทตระหนักถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากบริษัทฯ มีหน้าที่ทางธุรกิจเป็นโรงงานอุตสาหกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ กลุ่มบริษัทจึงพยายามในการมีส่วนร่วมช่วยบรรเทาปัญหาภาวะโลกร้อน ผ่านการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากกิจกรรมภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในโรงงานลง เริ่มจากการจัดทำข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization : CFO) เป็นวิธีการประเมินปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยจากการดำเนินงานขององค์กรและคำนวณออกมาในรูปคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า อันจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางการบริหารจัดการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (tCO ₂ e)		
	2566	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	2884	1904	1254	1204

หมายเหตุ : เฉพาะ Scope 1,2 ของกลุ่มบริษัท

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เพิ่มการใช้พลังงานสะอาดจากพลังงานแสงอาทิตย์ - ก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ Phase2 ขนาด 1.5 MW	2569	• มีการใช้พลังงานสะอาดจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อชดเชยปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้า (ลดการใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้ประมาณ 40%)
เพิ่มการใช้พลังงานสะอาดจากพลังงานแสงอาทิตย์ - ติดตั้ง Solar Rooftop อาคารผลิตหลังใหม่ (New plant) ขนาด 990 kWp	2569	• มีการใช้พลังงานสะอาดจากพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อชดเชยปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้า (ลดการใช้ไฟฟ้าจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้ประมาณ 15%)
มาตรการการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า	2571	• ลดการใช้พลังงาน/น้ำหนักผลิต 0.5% ต่อปี (สะสม), ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก Scope 2 50 tCO ₂ e/ปี (สะสม)

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : มีการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

• ลักษณะความเสี่ยง

การปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากขึ้นจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น แต่ยังไม่สามารถบริหารจัดการการใช้พลังงานและการใช้พลังงานทดแทนให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนไม่ได้รับความร่วมมือจากผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการในการร่วมลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

• ผลกระทบความเสี่ยง

- หากในอนาคตมีกฎหมายควบคุมและกำหนดภาษีคาร์บอน อาจทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายในการเสียภาษีหรือซื้อคาร์บอนเครดิต ซึ่งจะทำให้ต้นทุนทางการดำเนินธุรกิจสูงขึ้น
- ภาพลักษณ์เสียหาย ความเชื่อมั่นของผู้ถือหุ้นและนักลงทุนลดลง
- สูญเสียความสามารถทางการแข่งขันในระยะยาว

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- มีการจัดทำแผนงานการจัดการพลังงานประจำปีและกำหนดให้มีการทบทวนแผนงานทุกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน มีการจัดทำแผนการเฝ้าระวังการตรวจระวังการตรวจวัดการวิเคราะห์และการประเมินของสมรรถนะด้านพลังงานประจำปี 2569
- มีการจัดทำมาตรการอนุรักษ์พลังงานและดำเนินการตามมาตรการที่เกี่ยวข้องตาม SEU กำลังเก็บข้อมูลเพื่อกำหนดมาตรการ
- จัดทำโครงการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมีการจัดทำข้อมูลและทวนสอบการปล่อยก๊าซเรือนกระจก มีการส่งข้อมูลการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกของกลุ่มบริษัทให้บริษัททูปนอร์ดเพื่อทวนสอบ
- มีการบำรุงรักษาโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ หลังที่ 1 เป็นประจำ แผนการใช้และการบำรุงรักษาระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์
- มีแผนงานสำหรับการปรับเปลี่ยน secondary packaging ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- โครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์แห่งที่ 2 (พื้นดิน)
- โครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์แห่งที่ 3 (หลังคา)
- ส่งเสริมให้ผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการดำเนินการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก