



รายงานความคืบหน้า ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2569

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571



บริษัท โรงงานเภสัชอุตสาหกรรม เจเอสพี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
(JSP)

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

รายงานฉบับนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ 25/08/2569

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การยกระดับแบรนด์ของบริษัท (Elevate Own-Brand)	4
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขยายธุรกิจ OEM (Growing OEM and Beyond)	5
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ (International Expansion)	6
แผนกลยุทธ์ที่ 4 : ขยายธุรกิจตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Business Expansion Along the Value Chain)	6
แผนกลยุทธ์ที่ 5 : สร้างโอกาสการเติบโตผ่านการลงทุนและความร่วมมือเชิงพันธมิตร (Capture Opportunity Through Investments & Partnerships)	7
แผนกลยุทธ์ที่ 6 : การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน (Operational Efficiency & Cost Optimization)	8
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	10
แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ	11
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	12
แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ	13
แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	15
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	16
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	17
เอกสารแนบ	18

mai	CG Report : 
สินค้าอุปโภคบริโภค	SET ESG Ratings: -
	ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

พัฒนา ผลิตและจำหน่ายยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เวชภัณฑ์ และแอลกอฮอล์ทำความสะอาด ภายใต้เครื่องหมายการค้าของ ลูกค้า และเครื่องหมายการค้าของบริษัท

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	1,042.68	845.93	594.36	436.45
ค่าใช้จ่าย	924.83	859.57	584.30	450.90
Net Profit	67.87	4.52	-1.27	-17.48

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	1,463.56	1,326.65	1,335.67	1,222.40
หนี้สิน	536.56	444.13	405.17	280.37
ส่วนผู้ถือหุ้น	908.61	858.00	870.06	942.02

งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	130.93	132.12	40.35	-5.15
กิจกรรมลงทุน	-277.38	-56.64	-202.49	-469.22
กิจกรรมจัดหาเงิน	164.99	-66.64	82.60	-53.74

อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.14	0.01	-0.01	-0.04
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	40.14	36.99	25.10	28.62
อัตรากำไรสุทธิ (%)	4.33	-3.92	4.75	-4.01
D/E Ratio (เท่า)	0.58	0.50	0.44	0.30
ROE (%)	7.68	0.52	-0.14	-1.83
ROA (%)	8.21	-1.26	3.95	-1.14

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ			
เป้าหมาย ณ ปี 2571			
รายได้จากการดำเนินงาน			1,540.00 ล้านบาท

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การยกระดับแบรนด์ของบริษัท (Elevate Own-Brand)	✓		
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขยายธุรกิจ OEM (Growing OEM and Beyond)	✓		
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ (International Expansion)	✓		
4. แผนกลยุทธ์ที่ 4 : ขยายธุรกิจตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Business Expansion Along the Value Chain)	✓	✓	
5. แผนกลยุทธ์ที่ 5 : สร้างโอกาสการเติบโตผ่านการลงทุนและความร่วมมือเชิงพันธมิตร (Capture Opportunity Through Investments & Partnerships)	✓	✓	
6. แผนกลยุทธ์ที่ 6 : การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน (Operational Efficiency & Cost Optimization)		✓	

แผนด้านธรรมาภิบาล
1. แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ
2. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
3. แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และ กลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ
4. แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

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

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 1
แผนธุรกิจ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	เป้าหมาย	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2571	2568	6M/2569
รายได้จากการดำเนินงาน (ล้านบาท)	1,540.00	1010.22	437.89

บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้ในปี 2571 ที่ 1,540.0 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 15.1% เมื่อเทียบกับฐานรายได้ของปี 2568 โดยมุ่งขับเคลื่อนผลการดำเนินงานผ่านทั้งการเติบโตจากธุรกิจหลัก การขยายไปสู่ธุรกิจและตลาดใหม่ การต่อยอดโอกาสทางธุรกิจตลอดห่วงโซ่มูลค่า ตลอดจนการลงทุนและความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ ควบคู่กับการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและการบริหารต้นทุน เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนและการเพิ่มความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว ในช่วงสามปีข้างหน้า บริษัทฯ จะมุ่งยกระดับความแข็งแกร่งของแบรนด์ของบริษัท (Elevate Own-Brand) ผ่านการดำเนินกลยุทธ์การตลาดอย่างครอบคลุม โดยอาศัยแนวทางการตลาดที่ใช้ข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence-based Marketing) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ในวงกว้าง ทั้งผ่านสื่อโฆษณา ช่องทางร้านสุขภาพ ช่องทาง TV Home Shopping และการทำงานร่วมกับอินฟลูเอนเซอร์ โดยเฉพาะผู้มีความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพอย่างแท้จริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภคและสนับสนุนการตัดสินใจซื้อ ขณะเดียวกัน บริษัทฯ จะเร่งเสริมความแข็งแกร่งของช่องทางออนไลน์ โดยขยายการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ อาทิ TikTok Shop ควบคู่กับการสร้าง Community เพื่อส่งเสริมการรับรู้แบรนด์และเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายยิ่งขึ้น ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับสินค้าหลัก พร้อมทั้งเดินหน้าขอใบอนุญาตสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มยา อาหารเสริม สมุนไพร และเครื่องสำอาง เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนต่อยอดเข้าสู่ตลาดใหม่ อาทิ กลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์ รวมถึงการใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรจากของเหลือใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรที่มีอยู่และสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ในอนาคต ในส่วนของธุรกิจรับจ้างผลิต บริษัทฯ จะมุ่งขยายธุรกิจ OEM (Growing OEM and Beyond) ผ่านการรักษาฐานลูกค้า OEM รายใหญ่ ควบคู่กับการขยายฐานลูกค้า OEM รายใหม่ เพื่อเพิ่มแหล่งรายได้และลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ากลุ่มเดิม โดยบริษัทฯ จะเสริมขีดความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ รวมถึงยกระดับศักยภาพด้านสูตรยา สูตรอาหารเสริม และเทคโนโลยีการผลิต พร้อมทั้งพัฒนาระบบการให้บริการแบบครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบสูตร การวิจัยและพัฒนา การทดลองผลิต ไปจนถึงการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงานและสร้างประสบการณ์การให้บริการลูกค้าอย่างครบถ้วนมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากนี้ บริษัทฯ มีแผนสำหรับการขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ (International Expansion) บริษัทฯ มีแผนเสริมสร้างความพร้อมด้านบุคลากร โดยการสรรหาและจัดตั้งทีมงานใหม่เพื่อรองรับการเติบโตในตลาดต่างประเทศอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งศึกษาตลาดและออกแบบรูปแบบการเข้าสู่ตลาดที่เหมาะสมในแต่ละประเทศเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นประเทศที่มีศักยภาพสูง อาทิ จีน อินเดีย เวียดนาม และกลุ่มประเทศอาเซียน ควบคู่กับการสร้างความร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายและพันธมิตรท้องถิ่น เพื่อเสริมความแข็งแกร่งด้านช่องทางจัดจำหน่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงตลาดเป้าหมายในระยะยาว นอกเหนือจากการเติบโตจากธุรกิจหลัก บริษัทฯ ยังมุ่งขยายธุรกิจตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Business Expansion Along the Value Chain) เพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่และเพิ่มมูลค่าให้กับระบบธุรกิจโดยรวม ผ่านการต่อยอดธุรกิจของบริษัทย่อยและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ การขยายเครือข่ายพันธมิตรของ Caresutic การเสริมศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนาของ CDIP เพื่อค้นหาโอกาสทางการตลาดใหม่ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรภาครัฐ และการศึกษาความเป็นไปได้ในการเข้าจดทะเบียนในตลาด LiVEx เพื่อรองรับการระดมทุนสำหรับการขยายธุรกิจในอนาคต ขณะเดียวกัน Grace Water Med จะมุ่งเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ ศึกษาโอกาสการขยายธุรกิจใหม่ในห่วงโซ่มูลค่า และเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจ Trading อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ฟอกไต รวมถึงการขยายเครือข่ายพันธมิตรคลินิกฟอกไต เพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการเติบโตจากการดำเนินงานภายในองค์กร บริษัทฯ ยังแสวงหาโอกาสการเติบโตผ่านการลงทุนและความร่วมมือเชิงพันธมิตร (Capture Opportunity Through Investments & Partnerships) โดยจะศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจสุขภาพที่สอดคล้องกับพันธกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อสนับสนุนการเข้าสู่ตลาดใหม่ การเสริมพอร์ตธุรกิจ และการสร้างโอกาสการเติบโตในระยะยาวผ่านความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับพันธมิตรที่มีศักยภาพ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับการยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและการบริหารต้นทุน (Operational Efficiency & Cost Optimization) ผ่านการปรับปรุงกระบวนการผลิต การนำระบบอัตโนมัติเข้ามาใช้ การลดต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนพลังงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้กำลังการผลิต ตลอดจนการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ ในระยะยาว

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การยกระดับแบรนด์ของบริษัท (Elevate Own-Brand)

1. การเสริมความแข็งแกร่งด้านการตลาด

- ทำการตลาดโดยอาศัยหลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence-based Marketing) โดยสร้างความเชื่อมั่นด้วยข้อมูล
- ดำเนินการตลาดในวงกว้างเพื่อเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ เช่น เสริมความแข็งแกร่งของการขายผ่าน ป้ายโฆษณา ร้านสุขภาพต่าง ๆ
- เสริมความแข็งแกร่งของช่องทาง TV Home Shopping
- ร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
- ใช้อินฟลูเอนเซอร์สายสุขภาพที่มีความเชี่ยวชาญจริง (Authentic Expertise) เพื่อการปิดการขายที่รวดเร็ว และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

2. สร้างความแข็งแกร่งในช่องทางออนไลน์

- ขยายช่องทางการขายผ่าน Online เช่น TikTok Shop และสร้าง Community ในช่องทางเพื่อโปรโมตถึงผลิตภัณฑ์และเพิ่มการเข้าถึงต่าง ๆ

3. การพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและการขอใบอนุญาตสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่

- เสริมความแข็งแกร่งสินค้าหลักผ่านนวัตกรรม
- ขอใบอนุญาตผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มยา อาหารเสริม สมุนไพร และเครื่องสำอาง เช่น อาหารเสริมสำหรับผู้ป่วยฟอกไต และซอฟต์แวร์ลาดิน
- การเข้าสู่ตลาดใหม่ (สัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์) เช่น ฟัทะเลลายโจรสำหรับสัตว์เลี้ยง และปศุสัตว์
- การใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรจากของเหลือใช้ในกระบวนการผลิตของสุภาพโอเอส (งาดำ)

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	15.0	15.0	15.0	37.32	-28.01

คำอธิบายการดำเนินการ

รายได้รวมงวด 6M/2569 ของธุรกิจ Own-Brand เติบโตลดลงร้อยละ 28.01 เมื่อเทียบกับงวด 6M/2568 เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจยังอยู่ในภาวะชะลอตัว ส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มีการปรับตัวตามสถานการณ์โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ แก่ลูกค้า และการเพิ่มช่องทางการขายแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : มุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทให้เป็นแหล่งรายได้หลักที่มีอัตรากำไรสูง ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง มีคุณภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสุขภาพและความงาม ควบคู่กับการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของแบรนด์และการขยายช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อเพิ่มการรับรู้ ขยายฐานลูกค้า และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทในระยะยาว

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	รายได้จาก Own-Brand เติบโตตามเป้าหมายโดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็น Product Champion	บริษัทฯ มีการดำเนินการสร้างรับรู้ของแบรนด์อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อหลัก ซึ่งสามารถนำไปใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์สินค้าต่อได้ อีกทั้ง

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
	- การรับรู้และความน่าเชื่อถือของแบรนด์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากการทำตลาดเชิงประจักษ์และการใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพเป็น Brand Advocate - ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และ TV Home Shopping เริ่มสร้างยอดขายประจำ (Recurring Sales) และขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง	- บริษัทฯ ยังมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ - บริษัทฯ กำลังพิจารณาขยายผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของใช้ส่วนตัว (FMCG)

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขยายธุรกิจ OEM (Growing OEM and Beyond)

1. การรักษาและขยายฐานลูกค้า OEM รายใหญ่
 - รักษาการเติบโตอย่างแข็งแกร่งจากลูกค้า OEM รายหลัก
 - ขยายฐานลูกค้า OEM รายใหม่ เพื่อเพิ่มแหล่งรายได้และกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายเดิม
2. การวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อพัฒนานวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่
 - พัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ ๆ
 - เสริมขีดความสามารถด้านสูตรยา สูตรอาหารเสริม และเทคโนโลยีการผลิต
3. การพัฒนาระบบเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการทำงานและประสบการณ์การให้บริการลูกค้า
 - ให้บริการออกแบบสูตร วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทดลองผลิต และดำเนินการขึ้นทะเบียนอย่างครบวงจรเพื่อเพิ่มประสบการณ์การให้บริการลูกค้า

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	15.0	15.0	15.0	37.04	-15.04

คำอธิบายการดำเนินการ

รายได้จากธุรกิจ OEM งวด 6M/2569 ลดลงร้อยละ 15.04 จากงวด 6M/2568 เพราะความไม่สงบทางภูมิรัฐศาสตร์ ซึ่งมีผลกระทบต่อการจัดหาวัตถุดิบให้ทันเวลา บริษัทฯ ยังคงสามารถรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าหลักได้เป็นอย่างดี และยังคงมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : มุ่งขยายธุรกิจ OEM อย่างต่อเนื่องผ่านการรักษาฐานลูกค้าหลักและการขยายฐานลูกค้าใหม่ โดยเน้นการพัฒนาศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา การยกระดับมาตรฐานการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การขยายพอร์ต OEM จะช่วยเพิ่มรายได้ ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายใดรายหนึ่ง และเสริมความมั่นคงให้กับโครงสร้างรายได้ของบริษัท พร้อมสร้างโอกาสในการต่อยอดธุรกิจไปสู่ตลาดและผลิตภัณฑ์ใหม่ในอนาคต

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน					
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง			
2569	- รายได้จากลูกค้า OEM รายหลักเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ จากการรักษาฐานลูกค้าเดิมและการเพิ่มคำสั่งผลิตอย่างต่อเนื่อง - เริ่มขยายฐานลูกค้า OEM รายใหม่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพและโภชนาการ ช่วยกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาลูกค้ารายเดิม - ขีดความสามารถด้านวิจัยและพัฒนา (R&D) และการให้บริการแบบครบวงจร	- บริษัทฯ ยังคงได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าหลักอย่างต่อเนื่อง - บริษัทฯ มีการเสนอผลิตภัณฑ์ในธุรกิจ OEM รูปแบบใหม่ ได้แก่ ยาแผนปัจจุบันแบบซอฟต์แวร์เจลาติน			

ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
	เริ่มสร้างความแตกต่างและเพิ่มโอกาสในการปิดงานลูกค้าใหม่	

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศ (International Expansion)

1. การขยายทีมเพื่อรองรับการเติบโตสำหรับตลาดต่างประเทศ
- สรรหาและจัดตั้งทีมงานใหม่เพื่อรองรับการดำเนินงานในตลาดต่างประเทศมากยิ่งขึ้น
2. การศึกษาตลาดและออกแบบโมเดลการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ พร้อมการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ในประเทศเป้าหมาย
- คัดเลือกประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพสูง (จีน อินเดีย เวียดนาม และกลุ่มประเทศอาเซียน) และสร้างความร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายและพันธมิตรท้องถิ่น เพื่อเสริมความแข็งแกร่งด้านช่องทางจัดจำหน่ายและการเข้าถึงตลาดเป้าหมาย

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	15.0	15.0	15.0	37.04	-15.04

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : มุ่งขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศผ่านการเพิ่มขีดความสามารถด้านการส่งออก การสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ในประเทศเป้าหมาย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานและกฎระเบียบสากล โดยมุ่งเน้นตลาดที่มีศักยภาพสูงเพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่และกระจายความเสี่ยงจากตลาดในประเทศ การขยายตลาดต่างประเทศจะเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มขนาดธุรกิจ เสริมความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับสถานะของบริษัทสู่การเป็นผู้เล่นระดับภูมิภาคในระยะยาว

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน					
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง			
2569	- รายได้จากการส่งออกเริ่มเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ จากการเข้าสู่ตลาดเป้าหมายระยะแรกและการสร้างเครือข่ายพันธมิตรในต่างประเทศ - โครงสร้างทีมและกระบวนการทำตลาดต่างประเทศเริ่มมีความพร้อม รองรับ การขยายตลาดในระยะถัดไปอย่างเป็นระบบ - บริษัทมีผลิตภัณฑ์หลักที่ผ่านการปรับสูตรและมาตรฐานให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบประเทศเป้าหมาย พร้อมเริ่มสร้างฐานลูกค้าต่างประเทศ	- บริษัทฯ เริ่มดำเนินการขึ้นทะเบียนขออนุญาตผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมาย - บริษัทฯ ขยายช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศเพิ่มขึ้นในตลาดที่มี ศักยภาพสูง			

แผนกลยุทธ์ที่ 4 : ขยายธุรกิจตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Business Expansion Along the Value Chain)

1. Caresutic
- ขยายพันธมิตรเครือข่ายเพื่อขยายธุรกิจและผลิตภัณฑ์ใหม่
2. CDIP
- เสริมศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อค้นหาโอกาสทางการตลาดใหม่
 - การฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรภาครัฐ
 - ศึกษาโอกาสในการเข้าจดทะเบียนในตลาด LiVEx เพื่อระดมทุนสำหรับการขยายธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่มีอยู่ เช่น ตู้ยา เพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่

3. Grace Water Med (GWM)

- เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตและควบคุมคุณภาพ
- ศึกษาการขยายธุรกิจใหม่ในห่วงโซ่มูลค่าเพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่และเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจหลัก
- เสริมความแข็งแกร่งด้าน Trading อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ฟอกไต (Waree Medical) และขยายพันธมิตรเครือข่ายคลินิกฟอกไต (Waree Medical)

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	15.0	15.0	15.0	23.26	-10.18
Gross Profit Margin (%)	41.6	41.9	42.1	40.14	36.94

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : มุ่งพัฒนาและขยายบทบาทของบริษัทในเครื่องอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมความครบถ้วนของพอร์ตธุรกิจตลอดห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยต่อยอดศักยภาพเฉพาะด้านของแต่ละบริษัทลูกในด้านการวิจัยและพัฒนา การฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพ บริการเฉพาะทาง และธุรกิจทางการแพทย์ ควบคู่กับการสนับสนุนการเติบโตผ่านการลงทุน การระดมทุน และการขยายพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่ เพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจหลัก และเสริมความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัทในระยะยาว

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- รายได้จากบริษัทลูกเริ่มเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ จากการต่อยอดธุรกิจเดิมและการเพิ่มบริการเฉพาะทางในกลุ่มสุขภาพและการแพทย์ - โครงสร้างธุรกิจในเครือมีความชัดเจนมากขึ้น เกิด Synergy ระหว่างธุรกิจผลิต การวิจัย และบริการสุขภาพ ช่วยเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจหลัก - โครงการลงทุนและโครงการพัฒนาธุรกิจใหม่ในห่วงโซ่มูลค่าเริ่มเข้าสู่ระยะสร้างรายได้ และวางรากฐานการเติบโตระยะยาว	- บริษัทฯ เริ่มมีการขยายตลาดสู่ผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์ - บริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาโอกาสในการลงทุนธุรกิจศูนย์ฟอกไต ซึ่งจะดำเนินการโดยบริษัทในเครือ - บริษัทฯ มีการดำเนินการร่วมกับบริษัทในเครือเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัวสำหรับผู้ป่วยโรคไต

แผนกลยุทธ์ที่ 5 : สร้างโอกาสการเติบโตผ่านการลงทุนและความร่วมมือเชิงพันธมิตร (Capture Opportunity Through Investments & Partnerships)

1. ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Strategic Partnership)

- ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนในธุรกิจสุขภาพที่สอดคล้องกับพันธกิจ และวิสัยทัศน์ขององค์กร
- เข้าสู่ตลาดใหม่และเสริมพอร์ตธุรกิจในระยะยาว

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	15.0	15.0	15.0	23.26	-10.18
Gross Profit Margin (%)	41.6	41.9	42.1	40.14	36.94

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : มุ่งการลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อเร่งการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว ผ่านการพิจารณาความร่วมมือเชิงพันธมิตร ในธุรกิจที่มีศักยภาพ การเข้าถึงตลาดใหม่ และการเสริมขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม การลงทุนจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายพอร์ตธุรกิจ เพิ่มความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างต่อเนื่อง

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	• ปรับโครงสร้างบริษัทใหม่โดยมีการจัดตั้ง Wellness Venture Capital	บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดตั้ง Wellness Venture Capital

แผนกลยุทธ์ที่ 6 : การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน (Operational Efficiency & Cost Optimization)

1. การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน
- ปรับปรุงกระบวนการผลิตและระบบอัตโนมัติ
 - ลดต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนพลังงาน
 - เพิ่มประสิทธิภาพการใช้กำลังการผลิต
 - ใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Gross Profit Margin (%)	41.6	41.9	42.1	40.14	36.94

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : มุ่งยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและการบริหารต้นทุนผ่านการปรับปรุงกระบวนการผลิต การนำระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ การลดต้นทุนวัตถุดิบและพลังงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้กำลังการผลิต เพื่อเสริมความสามารถในการทำกำไร รองรับการเติบโตของธุรกิจ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- โครงสร้างต้นทุนการผลิตและต้นทุนพลังงานเริ่มลดลงอย่างเป็นรูปธรรม จากการปรับปรุงกระบวนการผลิตและการใช้ระบบอัตโนมัติในสายการผลิตหลัก - ประสิทธิภาพการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงและอัตรากำไรขั้นต้นปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง - ระบบควบคุมคุณภาพและบริหารกระบวนการผลิตมีความเป็นมาตรฐานมากขึ้น ลดอัตราของเสียและความสูญเสียจากกระบวนการผลิต	- บริษัทฯ ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตโดยการใช้เครื่องจักรเพื่อลดการสูญเสียระหว่างผลิต - บริษัทฯ อยู่ระหว่างการยื่นขอสนับสนุนการลงทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนยกระดับความสามารถ และการปฏิบัติหน้าที่ของกรรมการ

- ปี 2569 : ทบทวนทักษะที่จำเป็นของกรรมการต่อการปฏิบัติงานของบริษัท สํารวจทักษะกรรมการพร้อมจัดทำ Board Skill Matrix และกำหนดเป้าหมายเกี่ยวกับสัดส่วนกรรมการที่มีความรู้เพียงพอในแต่ละหัวข้อทักษะ
- ปี 2570 : ส่งเสริมการจัดฝึกอบรมให้แก่กรรมการในหัวข้อที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท โดยอาจจัดเป็นการฝึกอบรมภายในหรือรับการฝึกอบรมจากหน่วยงานภายนอก
- ปี 2571 : มีสัดส่วนกรรมการที่มีความรู้ตามหัวข้อทักษะที่กำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 5 หัวข้อ

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
บริษัทจัดให้มีที่ปรึกษาภายนอกมาช่วยในการกำหนดแนวทาง และเสนอแนะประเด็นในการประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ
กำหนดทักษะที่จำเป็นของกรรมการต่อการปฏิบัติงานของบริษัท	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	บริษัทฯ ได้รับการอนุมัติทักษะที่จำเป็นของกรรมการจากคณะกรรมการบริษัท
สำรวจทักษะกรรมการพร้อมจัดทำ Board Skill Matrix	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	บริษัทฯ อยู่ระหว่างการสำรวจทักษะกรรมการสำหรับปี 2569
กำหนดเป้าหมายเกี่ยวกับสัดส่วนกรรมการที่มีความรู้เพียงพอในแต่ละหัวข้อทักษะ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	บริษัทฯ อยู่ระหว่างการพิจารณาสัดส่วนกรรมการที่มีความรู้ในแต่ละทักษะ
มีกรรมการได้รับการฝึกอบรมระหว่างปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 75 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	-	บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดฝึกอบรมกรรมการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : พัฒนาศักยภาพการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และการดำเนินงานของบริษัท โดยระบุทักษะเป้าหมายที่กรรมการควรมี และสัดส่วนของผู้มีความพร้อมทักษะที่กำหนดไว้ พร้อมเปิดเผยต่อสาธารณชน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- กำหนดทักษะสำคัญของกรรมการที่ควรมีเพื่อรองรับการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของบริษัท - กำหนดสัดส่วนเป้าหมายของกรรมการที่มีทักษะความรู้ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของบริษัท	- บริษัทฯ มีการกำหนดทักษะสำคัญของกรรมการที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ และได้รับการอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการแล้ว - บริษัทฯ กำลังพิจารณาสัดส่วนเป้าหมายของกรรมการที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทมีเป้าหมายดำเนินการในการบริหารงานเพื่อต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน โดยนำนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันมาทำให้ทุกส่วนงานในองค์กร โดยมีกิจกรรมทั้งการฝึกอบรมกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน การสื่อสารต่อลูกค้า ผู้ค้า และผู้มีส่วนได้เสีย และการสอบทานช่องทางการร้องเรียน

(Whistleblower)

ปี 2569 : ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านการคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) และสอบทานระบบการควบคุมภายในเพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมิน

ปี 2571 : ได้รับการรับรองสถานะสมาชิก CAC Certified

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอขึ้นรับรอง	ได้รับการรับรอง	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
กำหนดให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้า	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	-	บริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาข้อกำหนดและการติดตามให้คู่ค้าสำคัญมีนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : โครงการยกระดับคู่ค้า โดยส่งเสริมให้คู่ค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) จัดทำนโยบายการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชัน พร้อมดำเนินการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของคู่ค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับความโปร่งใสและธรรมาภิบาลในการจัดซื้อจัดจ้าง

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	- กำหนดหลักเกณฑ์และจัดทำรายชื่อคู่ค้าสำคัญ (Critical Tier 1) - สื่อสารการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันต่อผู้ค้าและผู้มีส่วนได้เสีย - คู่ค้าสำคัญอย่างน้อยร้อยละ 50 ลงนามรับทราบนโยบายจรรยาบรรณคู่ค้า	- บริษัทฯ อยู่ระหว่างการศึกษาหลักเกณฑ์การจัดทำรายชื่อคู่ค้าที่สำคัญ (Critical Tier 1) - บริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการสื่อสารโดยตรงเกี่ยวกับนโยบายการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันต่อผู้ค้า - บริษัทฯ มีการสื่อสารต่อผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชันบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ

- ปี 2569 : ระบุตำแหน่งงานสำคัญขององค์กรครบถ้วน ซึ่งครอบคลุมทั้งงานเชิงเทคนิคและงานบริหาร และประเมินทักษะที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติมของผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successor Skill Gap Analysis)
- ปี 2570 : พัฒนาทักษะของผู้สืบทอดตำแหน่งตามหน้าที่งาน และการพัฒนาศักยภาพผู้นำเชิงระบบ (Structured Leadership Acceleration Phase)
- ปี 2571 : ประเมินความพร้อมผู้สืบทอดตำแหน่งอย่างเป็นรูปธรรม

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ประเมินความเสี่ยงและระบุตำแหน่งสำคัญ (Identify Critical Roles & Risks) เพื่อจัดหมวดหมู่และจัดลำดับความสำคัญของตำแหน่งที่จำเป็นต้องมีแผนสืบทอดตำแหน่ง	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
กำหนดคุณสมบัติและความสามารถหลัก โดยการทบทวนและปรับปรุง Job Description ทำให้มั่นใจว่าคำบรรยายลักษณะงานมีความชัดเจน และเป็นปัจจุบัน และระบุความสามารถหลักที่จำเป็นสำหรับแต่ละตำแหน่ง	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ระบุและการประเมินผู้มีศักยภาพภายในองค์กร เพื่อค้นหาและประเมินบุคลากรภายในองค์กรที่มีศักยภาพในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งสำคัญในอนาคต	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Development of Individual Development Plans - IDPs)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ติดตามความคืบหน้าของแผนพัฒนารายบุคคลและประเมินประสิทธิผลของแผนสืบทอดตำแหน่งโดยรวม โดยบุคลากรในตำแหน่งที่สำคัญทุกคนเข้าร่วมและผ่านการอบรม/พัฒนาทักษะที่สำคัญ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
สื่อสารให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของแผนสืบทอดตำแหน่ง และส่งเสริมวัฒนธรรมการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กร	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ขยายการทำ Succession Plan ให้ครอบคลุมตำแหน่งระดับผู้อำนวยการและตำแหน่งที่มีความสำคัญกับองค์กร	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	-	บริษัทฯ อยู่ระหว่างดำเนินการกำหนดคุณลักษณะที่จำเป็นและคาดหวังสำหรับตำแหน่งเป้าหมายให้มีความชัดเจน

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : จัดตั้งคณะทำงาน (Taskforce) เพื่อระบุตำแหน่งสำคัญ และจัดทำแผนพัฒนากุลากรรายบุคคล (Development of Individual Development Plans - IDPs) สำหรับผู้สืบทอดตำแหน่ง

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	บริษัทระบุตำแหน่งสำคัญที่ต้องมีผู้สืบทอดตำแหน่งชัดเจน และมีรายชื่อผู้สืบทอดตำแหน่งเบื้องต้นเพื่อเตรียมการพัฒนอย่างเป็นระบบ	บริษัทฯ มีการกำหนดตำแหน่งสำคัญและรายชื่อผู้สืบทอดตำแหน่งเบื้องต้น

แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ปี 2570 : รวมการประเมินความเสี่ยงเกิดใหม่ในกระบวนการวางแผนกลยุทธ์องค์กร พร้อมระบุแผนรองรับความเสี่ยง (Mitigation Plan) และประเมินความเสี่ยงแบบ Scenario Analysis

ปี 2571 : เตรียมพร้อมการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตามมาตรฐานสากล เช่น IFRS S2

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ระบุและวิเคราะห์ Emerging Risk ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจอย่างน้อย 3 รายการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ
Emerging risk ทุกรายการ มี Scenario analysis และ Mitigation plansรองรับ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ
การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูงในการติดตามและตัดสินใจเกี่ยวกับ Emerging Risk	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ
จัดทำระบบติดตามและรายงานความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่ (Emerging Risk Monitoring System)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	-	ยังไม่ดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : จัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ (Taskforce) เพื่อติดตามแนวโน้มระดับโลก (Global Megatrend) และจัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการคิดเชิงอนาคต (Foresight Thinking) ให้แก่ผู้บริหารและพนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไป

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	บริษัทมีระบบการเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ มีการติดตามอย่างสม่ำเสมอ และระบุภัยคุกคามใหม่มีอาจมีผลกระทบต่อธุรกิจของบริษัทได้	บริษัทฯ อยู่ระหว่างการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

ปี 2570 : ดำเนินการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกเสร็จสิ้น

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
	2569	2570	2571	6M/2569
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : จัดทำแผนงานและดำเนินงานลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	เพิ่มการใช้พลังงานสะอาดในกระบวนการมากขึ้น เช่น Solar Cell	บริษัทฯ พิจารณาการใช้ Solar Cell เพิ่มเติมในโรงงานกรุงเทพฯ

รายงานความคืบหน้า

เอกสารแนบ

รายงานความคืบหน้า : เอกสารแนบ

แผนงาน JUMP+

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/planSubmission/JSP1_JUMP%2B_Plan_Year_2026-2028_TH.pdf

