



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท เอสอีไอ เมดิคัล จำกัด (มหาชน)

(SEI)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 26/02/2569

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 10/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท เอสอีไอ เมดิคัล จำกัด (มหาชน) ("SEI") 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 โดยไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชี้ชวนให้เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเทศหรือเขตปกครองพิเศษใดๆ ที่การกระทำดังกล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

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

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมาย การคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและวิจารณญาณของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ตลท. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ ตลท. ไม่รับผิดชอบต่อ ความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเกิดความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญาหรือความเสียหาย อันเป็นผลสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือในข้อมูลดังกล่าว หรือจากการ ที่ผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ๓ ปี 2571	3
กลยุทธ์การเติบโตแบบครบวงจรของธุรกิจเครื่องมือแพทย์	3
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	9
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	10
แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ	11
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	12

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

ภาพรวมธุรกิจ

ตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ วัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ และเครื่องมือวิทยาศาสตร์

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	-
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	452.80	447.40	394.41	N/A
ค่าใช้จ่าย	392.17	378.77	363.63	N/A
Net Profit	46.50	52.23	21.87	N/A
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	514.99	461.10	302.43	N/A
หนี้สิน	202.98	179.41	223.20	N/A
ส่วนผู้ถือหุ้น	312.01	281.70	79.23	N/A
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	71.03	53.24	-15.52	N/A
กิจกรรมลงทุน	-51.98	-10.19	-8.75	N/A
กิจกรรมจัดหาเงิน	-16.63	122.67	-1.77	N/A
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.27	0.39	0.20	N/A
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	34.99	35.06	29.55	N/A
อัตรากำไรสุทธิ (%)	10.27	11.67	5.55	N/A
D/E Ratio (เท่า)	0.65	0.64	2.82	N/A
ROE (%)	15.66	28.94	27.60	N/A
ROA (%)	12.42	17.98	10.18	N/A

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit	92.00 ล้านบาท
------------	---------------

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
------------	--------	----------------------------	-----------

- กลยุทธ์การเติบโตแบบครบวงจรของธุรกิจเครื่องมือแพทย์ ✔

แผนด้านธรรมาภิบาล

- แผนความเป็นอิสระของกรรมการ
- แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ
- แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษาจากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายหรือสูญหายจากการนำข้อมูลที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกระณและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2565	YE/2566	YE/2567	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	-	21.87	52.23	92.00

แผนการเติบโตของบริษัทมุ่งเน้นการขยายผลิตภัณฑ์ใหม่ควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรมในหน่วยธุรกิจเดิม เพื่อเสริมสร้างความครบวงจรของธุรกิจหลักและยกระดับประสิทธิภาพเครื่องมือแพทย์ให้ทันสมัยตามมาตรฐานสากล พร้อมต่อยอดสู่กลุ่มธุรกิจใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเดิม นอกจากนี้ บริษัทได้ขยายสู่รูปแบบธุรกิจใหม่ เช่น ธุรกิจเช่าซื้อ ธุรกิจเช่า การจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์สิ้นเปลืองโดยไม่คิดค่าเครื่อง และการขยายบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า โดยตั้งเป้าการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมีกำไรสุทธิในปี 2571 มูลค่าไม่ต่ำกว่า 92 ล้านบาท

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์: กลยุทธ์การเติบโตแบบครบวงจรของธุรกิจเครื่องมือแพทย์

บริษัทมุ่งดำเนินกลยุทธ์การเติบโตของธุรกิจเครื่องมือแพทย์อย่างครบวงจร โดยครอบคลุมการขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ การขยายฐานลูกค้า และการพัฒนารูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างแหล่งรายได้ที่หลากหลายและเพิ่มความมั่นคงของรายได้ในระยะยาว

ในด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทมีแผนต่อยอดกลุ่มสินค้าที่มีอยู่เดิม พร้อมทั้งสรรหาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ใหม่ที่สอดคล้องกับแนวโน้มของตลาดและความต้องการของสถานพยาบาล เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของพอร์ตผลิตภัณฑ์และยกระดับการนำเสนอในรูปแบบโซลูชันทางการแพทย์แบบครบวงจร

ในด้านตลาด บริษัทมีแผนขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มสถานพยาบาลที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งโรงพยาบาลและคลินิกเฉพาะทาง เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและขยายการเข้าถึงตลาดที่มีศักยภาพในการเติบโต

ขณะเดียวกัน บริษัทมุ่งพัฒนารูปแบบการให้บริการ เช่น บริการหลังการขาย การบำรุงรักษาอุปกรณ์ และรูปแบบการให้บริการเช่าอุปกรณ์ทางการแพทย์ เพื่อสร้างรายได้ประจำ (Recurring Income) และเสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

การดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนให้บริษัทสามารถเติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมยกระดับบทบาทสู่การเป็นผู้ให้บริการโซลูชันด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์อย่างครบวงจรในระยะยาว.

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	13.44	1.20	>20%	>18%	>16%
Net Profit Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	144.26	-10.97	>30%	>26%	>22%

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
กลยุทธ์การขยายการเติบโตผ่านผลิตภัณฑ์และกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่	2569	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มตลาดอุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมถึงพฤติกรรมและความต้องการของสถานพยาบาล เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโตในระยะยาว 1. พัฒนาพอร์ตผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจเดิม โดยเพิ่มสินค้าในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกัน เช่น วัสดุสิ้นเปลือง (Consumables) และอุปกรณ์ประกอบ เพื่อสนับสนุนการใช้งานของเครื่องมือแพทย์หลักและต่อยอดการให้บริการในรูปแบบโซลูชันทางการแพทย์แบบครบวงจร 2. มุ่งสรรหาและคัดเลือกนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีทางการแพทย์ใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับแนวโน้มอุตสาหกรรมและตอบโจทย์ความต้องการของตลาด เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของบริษัท 3. ขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์เข้าสู่กลุ่มธุรกิจใหม่ที่มีแนวโน้มเติบโต โดยในปี 2569 บริษัทมุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Medical Imaging Solutions และ Urology Solutions ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของความต้องการด้านการวินิจฉัยโรคและการรักษาแบบเฉพาะทาง ที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ และ จากภาวะสังคมสูงวัยและการรักษาที่ลดระยะพักฟื้น ที่เป็นปัจจัยสนับสนุน 4. คัดเลือกพันธมิตรทางธุรกิจหรือผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานสากลและได้รับการรับรอง เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของพอร์ตสินค้าและเพิ่มความน่าเชื่อถือในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สู่ตลาด 5. พัฒนาความรู้และทักษะของทีมงานและทีมเทคนิคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อรองรับการขยายตลาดและสามารถให้คำปรึกษาเชิงเทคนิคแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ 6. นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าเดิมในกลุ่มโรงพยาบาล เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายและต่อยอดโครงการเดิม พร้อมทั้งขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ เช่น โรงพยาบาลเฉพาะทาง คลินิกเสริมความงาม และ Wellness Center 7. วางรากฐานการพัฒนาโมเดลธุรกิจจาก ผู้จำหน่ายสินค้า (Product Distributor) สู่ ผู้ให้บริการโซลูชันทางการแพทย์ (Medical Solution Provider) โดยมุ่งเน้นการผสานเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์ประกอบ วัสดุสิ้นเปลือง และบริการเข้าด้วยกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า
	2570	<ul style="list-style-type: none"> เร่งขยายตลาดและเพิ่มสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่ 1. ขยายการทำตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่ม Medical Imaging Solutions และ Urology Solutions ให้ครอบคลุมโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเฉพาะทางมากขึ้น เพื่อเพิ่มสัดส่วนรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มสร้างฐานตลาดในช่วงก่อนหน้า 2. เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจเดิม โดยต่อยอดสินค้าในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกัน เช่น วัสดุสิ้นเปลือง อุปกรณ์เสริม และผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมกับเครื่องมือแพทย์หลัก เพื่อสนับสนุนการนำเสนอในรูปแบบ Medical Solution และสร้างรายได้ต่อเนื่องจากการใช้งาน 3. ดำเนินการสรรหาและคัดเลือกผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมทางการแพทย์ในกลุ่มใหม่เพิ่ม

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		<p>เดิมที่มีศักยภาพในการเติบโต เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของพอร์ตธุรกิจและสร้างโอกาสในการขยายตลาดในอนาคต 4. ขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่มสถานพยาบาลเฉพาะทาง เช่น คลินิกเฉพาะทาง ศูนย์ตรวจสุขภาพ และคลินิกเสริมความงาม พร้อมดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเชิงรุก เช่น การจัดสัมมนาทางวิชาการ การสาธิตการใช้งานอุปกรณ์ และการสร้าง Reference Site เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ 5. พัฒนาความร่วมมือเชิงลึกกับพันธมิตรทางธุรกิจและผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ เพื่อสนับสนุนการทำตลาดและขยายโครงการในกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ 6. เพิ่มจำนวนโครงการจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ พร้อมพัฒนากลยุทธ์การขายในรูปแบบ Solution-based Sales เพื่อเพิ่มมูลค่าโครงการและผลักดันการเติบโตของรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง 7. พัฒนาศักยภาพทีมขายและทีมเทคนิคอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และโซลูชันทางการแพทย์ได้อย่างครบวงจร และรองรับการขยายตัวของตลาดในระยะต่อไป</p>
<p>แผนธุรกิจการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่</p>	<p>2571</p>	<ul style="list-style-type: none"> • บูรณาการโซลูชันและผลักดันการเติบโตอย่างเต็มศักยภาพ 1. ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มเติมและต่อยอดจากกลุ่มธุรกิจที่บริษัทได้พัฒนาในช่วงก่อนหน้า พร้อมทั้งดำเนินการสรรหาพันธมิตรและเทคโนโลยีทางการแพทย์ในกลุ่มธุรกิจใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตของบริษัทในระยะยาว 2. พัฒนาและนำเสนอ โซลูชันทางการแพทย์แบบครบวงจร (Integrated Medical Solutions) ที่ผสานเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์ประกอบ วัสดุสิ้นเปลือง และบริการเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าและสนับสนุนการเติบโตของรายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ในระดับที่สูงขึ้น 3. ปรับโครงสร้างพอร์ตผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงและสามารถสร้างอัตรากำไรที่ดี พร้อมบริหารจัดการพอร์ตสินค้าให้สอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรม 4. เสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ผ่านการให้บริการหลังการขาย การสนับสนุนทางเทคนิค และการดูแลตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ (Lifecycle Support) เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายซ้ำและการขยายโครงการ 5. พัฒนาศักยภาพทีมงานขายและทีมเทคนิคให้สามารถทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาทางเทคนิค (Solution Consultant) และสนับสนุนการดำเนินงานของสถานพยาบาลได้อย่างครบวงจร 6. ผลักดันให้รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เติบโตเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตของบริษัท และสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นผู้ให้โซลูชันทางการแพทย์อย่างครบวงจรในระยะยาว
	<p>2569</p>	<ul style="list-style-type: none"> • เริ่มขยายตลาดสู่กลุ่มคลินิกเฉพาะทาง ในปี 2569 บริษัทมีแผนเริ่มขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มคลินิกเฉพาะทางด้านการดูแลรูปร่างและคลินิกเสริมความงาม โดยมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายคลินิกพันธมิตรและพัฒนา Reference Site เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีของบริษัท แนวทางดำเนินการประกอบด้วย 1. ศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างตลาดคลินิกเฉพาะทางและคลินิกเสริมความงาม เพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพ 2. คัดเลือกคลินิกที่มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาเป็น Reference Site สำหรับการสาธิตการใช้งานอุปกรณ์และเทคโนโลยีของบริษัท 3. สร้างความร่วมมือกับคลินิกพันธมิตรในการใช้งานเทคโนโลยีและพัฒนาผลลัพธ์จากการใช้งานจริง 4. จัดกิจกรรมสาธิตการใช้งานอุปกรณ์และให้ความรู้แก่แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ 5. พัฒนกรณีศึกษา (Case Study) จากการใช้งานจริงใน Reference Site เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ 6. ขยายเครือข่ายคลินิกพันธมิตรให้มีจำนวน ประมาณ 15 แห่ง
	<p>2570</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ขยายเครือข่ายคลินิกพันธมิตรและเพิ่มการรับรู้ในตลาด ในปี 2570 บริษัทมีแผนขยายเครือข่ายลูกค้าในกลุ่มคลินิกเฉพาะทางเพิ่มเติม โดยมุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานเทคโนโลยีของบริษัท และการสร้างการรับรู้ในตลาดคลินิกเฉพาะทางในวงกว้างมากขึ้น แนวทางการดำเนินการประกอบด้วย 1. ขยายการติดตั้งเทคโนโลยีด้านการดูแลรูปร่างในคลินิกเฉพาะทางเพิ่มเติมใน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<p>พื้นที่ที่มีศักยภาพทางการตลาด 2. เพิ่มจำนวนคลินิกพันธมิตรและ Reference Site เพื่อรองรับการสาธิตและการถ่ายทอดประสบการณ์การใช้งานจริง 3. จัดกิจกรรมอบรมและสัมมนาทางวิชาการสำหรับแพทย์และผู้ประกอบการคลินิก 4. สนับสนุนการใช้งานเทคโนโลยีในคลินิกพันธมิตรเพื่อสร้างกรณีศึกษาทางธุรกิจและผลลัพธ์ทางการรักษา 5. ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ในตลาดคลินิกเฉพาะทาง 6. ขยายเครือข่ายคลินิกพันธมิตรให้มีจำนวน ประมาณ 30 แห่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> • เสริมความแข็งแกร่งของเครือข่ายลูกค้าและการเติบโตของตลาด ในปี 2571 บริษัทมีแผนขยายเครือข่ายลูกค้าในกลุ่มคลินิกเฉพาะทางให้ครอบคลุมพื้นที่มากยิ่งขึ้น พร้อมเสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับคลินิกพันธมิตร เพื่อสนับสนุนการเติบโตของตลาดและการใช้งานเทคโนโลยีของบริษัทอย่างต่อเนื่อง แนวทางดำเนินการประกอบด้วย 1. ขยายเครือข่ายคลินิกเฉพาะทางในพื้นที่สำคัญทั่วประเทศ 2. เพิ่มจำนวนคลินิกพันธมิตรและเครือข่ายแพทย์ผู้ใช้งานเทคโนโลยีของบริษัท 3. จัดกิจกรรมวิชาการ การอบรม และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างแพทย์ผู้ใช้งานเทคโนโลยี 4. พัฒนาโปรแกรมความร่วมมือกับคลินิกพันธมิตรเพื่อสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจร่วมกัน 5. เสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวผ่านการสนับสนุนทางเทคนิคและบริการหลังการขาย 6. ขยายเครือข่ายคลินิกพันธมิตรให้มีจำนวน ประมาณ 45 แห่ง
การสร้างรายได้จากบริการ	2569	<ul style="list-style-type: none"> • พัฒนาและขยายรูปแบบ การให้บริการเช่าอุปกรณ์ทางการแพทย์ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการเช่าระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว รวมถึงรูปแบบ Leasing เพื่อรองรับความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าในกลุ่มโรงพยาบาลและคลินิก 1. พัฒนาระบบบริหารจัดการอุปกรณ์ให้เข้าและระบบติดตามการใช้งาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารทรัพย์สินของบริษัท 2. ขยายการให้บริการ Preventive Maintenance สำหรับอุปกรณ์ที่ติดตั้งอยู่กับลูกค้าปัจจุบันให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น 3. พัฒนามาตรฐานการให้บริการหลังการขายและการบำรุงรักษาอุปกรณ์ เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการของบริษัท
	2570	<ul style="list-style-type: none"> • ขยายการให้บริการ เช่าอุปกรณ์ทางการแพทย์และรูปแบบ Leasing ให้รองรับโครงการของโรงพยาบาลและเครือข่ายคลินิกที่มีการใช้งานอุปกรณ์ในระยะยาว 1. พัฒนาและนำเสนอ Service Package สำหรับลูกค้าในกลุ่มโรงพยาบาลและคลินิก ซึ่งครอบคลุมบริการตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างเป็นระบบ 2. พัฒนาระบบ การบริหารจัดการสัญญาบริการ (Service Contract Management) และระบบติดตามงานบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการบริการหลังการขาย 3. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของทีมบริการและวิศวกรที่มีอยู่ เพื่อรองรับปริมาณงานบริการที่เพิ่มขึ้น
	2571	<ul style="list-style-type: none"> • ขยายการให้บริการ เช่าอุปกรณ์และ Leasing Solution ให้ครอบคลุมลูกค้าในทุกกลุ่มธุรกิจของบริษัท 1. พัฒนาแพ็คเกจบริการดูแลอุปกรณ์ในระยะยาว ซึ่งครอบคลุมการบำรุงรักษา การตรวจสอบ และการสนับสนุนทางเทคนิค 2. ยกระดับระบบการให้บริการหลังการขาย (After-sales Service) เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของลูกค้า 3. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและทีมบริการที่มีอยู่ เพื่อให้เกิด Economy of Scale จากจำนวนอุปกรณ์และฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น 4. เสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการต่ออายุสัญญาบริการและการขยายการใช้บริการในอนาคต

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

ความเสี่ยงด้านการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของตลาด

ลักษณะความเสี่ยง

เทคโนโลยีหรือผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ใหม่อาจต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับจากแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญ และสถานพยาบาล ก่อนที่จะมีการนำไปใช้อย่างแพร่หลาย

ผลกระทบความเสี่ยง

การขยายตลาดและยอดขายของผลิตภัณฑ์ใหม่อาจเกิดขึ้นช้ากว่าที่คาดการณ์ ส่งผลต่อแผนการเติบโตของรายได้ในระยะสั้น

มาตรการจัดการความเสี่ยง

พัฒนา Reference Site และกรณีศึกษาการใช้งานจริง รวมถึงจัดกิจกรรมอบรม สัมมนา และการสาธิตการใช้งานผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งาน

ความเสี่ยงที่ 2

ความเสี่ยงจากการขยายตลาดสู่คลินิกเฉพาะทาง

ลักษณะความเสี่ยง

โครงสร้างตลาดคลินิกเฉพาะทางมีผู้ประกอบการจำนวนมาก และมีขนาดธุรกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การขยายฐานลูกค้าอาจต้องใช้เวลาในการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์กับผู้ประกอบวิชาชีพทางการแพทย์

ผลกระทบความเสี่ยง

การขยายเครือข่ายลูกค้าและการเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานเทคโนโลยีอาจเกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

มาตรการจัดการความเสี่ยง

คัดเลือกคลินิกที่มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาเป็น Reference Site และสร้างเครือข่ายแพทย์ผู้ใช้งานเทคโนโลยี

ความเสี่ยงที่ 3

ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผู้ผลิตและพันธมิตรทางธุรกิจ

ลักษณะความเสี่ยง

การจัดการผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และองค์ความรู้ทางเทคนิคขึ้นอยู่กับผู้ผลิตและพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขทางการค้าหรือระยะเวลาการจัดส่งสินค้า

ผลกระทบความเสี่ยง

อาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การบริการลูกค้า และการขยายธุรกิจในอนาคต

มาตรการจัดการความเสี่ยง

คัดเลือกพันธมิตรที่มีมาตรฐานสากล และสร้างความร่วมมือทางธุรกิจในระยะยาว รวมถึงกระจายแหล่งผลิตภัณฑ์เพื่อลดการพึ่งพาแหล่งเดียว

ความเสี่ยงที่ 4

ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบและการขึ้นทะเบียนเครื่องมือแพทย์

ลักษณะความเสี่ยง

การนำเข้าและจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ต้องผ่านกระบวนการขึ้นทะเบียนและการกำกับดูแลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งต้องใช้เอกสารทางเทคนิคและมาตรฐานจำนวนมาก

ผลกระทบความเสี่ยง

อาจเกิดความล่าช้าในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด ส่งผลต่อแผนการเปิดตัวสินค้าและรายได้ที่คาดการณ์ไว้

มาตรการจัดการความเสี่ยง

วางแผนการดำเนินงานด้านการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ล่วงหน้า และประสานงานกับผู้ผลิตต่างประเทศอย่างใกล้ชิดเพื่อจัดเตรียมเอกสารให้ครบถ้วน

ความเสี่ยงที่ 5

ความเสี่ยงจากการขยายรูปแบบบริการและบริการหลังการขาย

ลักษณะความเสี่ยง

การขยายบริการ เช่น การให้เช่าอุปกรณ์ การบำรุงรักษา และบริการหลังการขาย อาจเพิ่มภาระงานให้กับทีมบริการของบริษัท

ผลกระทบความเสี่ยง

หากการบริหารจัดการทรัพยากรไม่เหมาะสม อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของการให้บริการแก่ลูกค้า

มาตรการจัดการความเสี่ยง

พัฒนาระบบบริหารจัดการงานบริการ และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของทีมบริการที่มีอยู่

ความเสี่ยงที่ 6

ความเสี่ยงด้านบุคลากรและความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

ลักษณะความเสี่ยง

การขยายผลิตภัณฑ์ใหม่อาจต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้และทักษะเฉพาะทาง ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่องค์กรอาจยังไม่มีประสบการณ์มาก่อน

ผลกระทบความเสี่ยง

หากไม่สามารถสรรหาหรือพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญได้เพียงพอ อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการและการสนับสนุนทางเทคนิคแก่ลูกค้า

มาตรการจัดการความเสี่ยง

จัดทำแผนการพัฒนาศักยภาพบุคลากร รวมถึงการสรรหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ

ความเสี่ยงที่ 7

ความเสี่ยงจากการแข่งขันด้านราคา

ลักษณะความเสี่ยง

ในตลาดเครื่องมือแพทย์อาจมีผลิตภัณฑ์ราคาต่ำที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตต้นแบบ ซึ่งอาจก่อให้เกิดการแข่งขันด้านราคา

ผลกระทบความเสี่ยง

การแข่งขันด้านราคาอาจส่งผลต่ออัตรากำไรของบริษัท และอาจทำให้ลูกค้าบางส่วนตัดสินใจเลือกสินค้าจากปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก

มาตรการจัดการความเสี่ยง

มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์โดยเน้นคุณภาพ เทคโนโลยี และมาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบริการหลังการขายเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับลูกค้า

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาความเป็นอิสระของคณะกรรมการ โดยเฉพาะกรรมการอิสระ เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่กำกับดูแลกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นธรรม โปร่งใส และเป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance) บริษัทได้กำหนดนโยบายและแนวทางการส่งเสริมความเป็นอิสระของกรรมการ ดังนี้ บริษัทกำหนดคุณสมบัติของกรรมการอิสระให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยกรรมการอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจ การเงิน หรือความสัมพันธ์ในลักษณะอื่นใดกับบริษัท บริษัทในเครือ ผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ซึ่งอาจกระทบต่อการใช้ดุลยพินิจอย่างเป็นอิสระ บริษัทมีการทบทวนคุณสมบัติและความเป็นอิสระของกรรมการเป็นประจำทุกปี รวมถึงเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกรรมการอิสระอย่างโปร่งใสในรายงานประจำปีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ บริษัทส่งเสริมบทบาทของกรรมการอิสระในคณะกรรมการชุดย่อยที่สำคัญ เช่น คณะกรรมการตรวจสอบ และคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการ เพื่อเสริมสร้างระบบการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	เสร็จสิ้น	-	-	-

แผนงานที่สำคัญ

ประธานกรรมการในฐานะกรรมการอิสระมีเป้าหมายในการกำกับดูแลกิจการของบริษัทให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี มีความโปร่งใส เป็นธรรม และรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นอิสระ เป็นกลาง และปราศจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
การจัดทำและพัฒนาแบบประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการให้ครอบคลุมประเด็นความเป็นอิสระ และบทบาทการกำกับดูแลฝ่ายจัดการ	2569	<ul style="list-style-type: none"> กรรมการมีความเข้าใจในบทบาท หน้าที่ และขอบเขตความรับผิดชอบของตนเองมากยิ่งขึ้น คณะกรรมการสามารถแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่อฝ่ายจัดการได้อย่างเป็นอิสระและรอบคอบมากขึ้น
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ความสัมพันธ์ในการทำงานระหว่างคณะกรรมการและฝ่ายจัดการเป็นไปอย่างสร้างสรรค์ โปร่งใส และอยู่บนหลักการถ่วงดุลอำนาจที่เหมาะสม
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการประเมินผลมีความต่อเนื่องและเป็นมาตรฐาน สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลที่ดีและแนวปฏิบัติที่เหมาะสม

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

บริษัทตระหนักว่าความเป็นอิสระของกรรมการเป็นปัจจัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการกำกับดูแลกิจการ และมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ลงทุน บริษัทจึงได้กำหนดกระบวนการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง โดยมีการระบุ ประเมิน และติดตามความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์หรือผลประโยชน์ทับซ้อนของกรรมการอย่างต่อเนื่อง บริษัทกำหนดให้มีระบบรายงานและการกำกับดูแลผ่านคณะกรรมการบริษัทและคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปอย่างโปร่งใสและสอดคล้องกับกฎหมายและหลักธรรมาภิบาล

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทมีความเสี่ยงที่กรรมการบางรายอาจขาดความเป็นอิสระอย่างแท้จริง อันเนื่องมาจากความสัมพันธ์ทางธุรกิจ การถือหุ้น หรือความเกี่ยวข้องอื่นใดกับบริษัท ผู้บริหาร หรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ซึ่งอาจส่งผลให้การพิจารณาและตัดสินใจของคณะกรรมการบริษัทไม่เป็นไปอย่างเป็นกลาง

ผลกระทบความเสี่ยง

หากกรรมการขาดความเป็นอิสระ อาจส่งผลกระทบต่อบริษัท ดังนี้ การกำกับดูแลกิจการอาจขาดประสิทธิภาพ และนำไปสู่การตัดสินใจที่ไม่คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของบริษัทและผู้ถือหุ้นโดยรวม อาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ส่งผลต่อความโปร่งใสในการดำเนินงาน ความเชื่อมั่นของนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสียอาจลดลง อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านกฎหมายและภาพลักษณ์ของบริษัท

มาตรการจัดการความเสี่ยง

เพื่อป้องกันและลดผลกระทบจากความเสียดังกล่าว บริษัทได้กำหนดมาตรการ ดังนี้ กำหนดนโยบายคุณสมบัติของกรรมการอิสระให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของหน่วยงานกำกับดูแล กำหนดให้กรรมการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลประโยชน์ทับซ้อนและความสัมพันธ์ที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้ง หากมีวาระการประชุมที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของกรรมการรายใด ให้กรรมการรายนั้นงดออกเสียงและไม่เข้าร่วมพิจารณา

แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ

บริษัทตระหนักถึงความสำคัญของความหลากหลายของคณะกรรมการบริษัท ซึ่งครอบคลุมด้านเพศ อายุ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ และมุมมองที่แตกต่างกัน เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการกำกับดูแลกิจการและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ บริษัทจึงได้กำหนดแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คณะกรรมการมีองค์ประกอบที่สมดุลและสะท้อนถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทพิจารณาสรรหากรรมการจากบุคคลที่มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ที่หลากหลาย อาทิ ด้านการเงิน การแพทย์ เทคโนโลยี การบริหารความเสี่ยง และกฎหมาย รวมถึงส่งเสริมความเท่าเทียมทางเพศและโอกาสที่เหมาะสมแก่ผู้มีศักยภาพ โดยมุ่งหวังให้คณะกรรมการสามารถพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างรอบด้านและเป็นประโยชน์สูงสุดต่อบริษัทและผู้ถือหุ้น

เป้าหมาย

บริษัทมีเป้าหมายในการเพิ่มความหลากหลายของคณะกรรมการ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการกำกับดูแลกิจการและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยคำนึงถึงความหลากหลายด้านคุณสมบัติ ทักษะ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ มุมมอง และภูมิหลังที่แตกต่างกัน อันจะช่วยให้คณะกรรมการสามารถพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างรอบด้าน เป็นอิสระ และสอดคล้องกับบริบททางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทมุ่งส่งเสริมให้โครงสร้างของคณะกรรมการมีความสมดุล เหมาะสม และสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลที่ดี โดยการเพิ่มความหลากหลายดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างระบบถ่วงดุลอำนาจ ลดความเสี่ยงจากการตัดสินใจที่จำกัดอยู่ในมุมมองเดียว และสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนของบริษัทในระยะยาว

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
สัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการไม่น้อยกว่า 30% ในปี พ.ศ. 2571	ยังไม่ดำเนินการ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
บริษัทมีแผนเพิ่มความหลากหลายของคณะกรรมการ โดยคำนึงถึงคุณสมบัติความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ เพศ และมุมมองที่แตกต่างกัน เพื่อนำไปสู่การกำกับดูแลกิจการและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ	2569	• ทบทวนโครงสร้างคณะกรรมการ
สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลที่ดี และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท พร้อมทั้งติดตามและเปิดเผยความคืบหน้าอย่างเหมาะสม	2570	• นำเกณฑ์ด้านความหลากหลายไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสรรหาและแต่งตั้งกรรมการ
	2571	• สรรหาและแต่งตั้งกรรมการที่มีคุณสมบัติและภูมิหลังที่หลากหลายให้สอดคล้องกับแผนและเป้าหมายที่กำหนด

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

บริษัทได้บูรณาการประเด็นความหลากหลายของกรรมการไว้ในกระบวนการบริหารความเสี่ยงองค์กร โดยมีการระบุ ประเมิน และติดตามความเสี่ยงที่อาจเกิดจากโครงสร้างคณะกรรมการที่ขาดความหลากหลายอย่างเหมาะสม เพื่อให้มั่นใจว่าคณะกรรมการมีองค์ประกอบที่สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

ลักษณะความเสี่ยง

บริษัทไม่สามารถสรรหาและแต่งตั้งกรรมการผู้หญิงได้ตามสัดส่วนและภายในระยะเวลาที่กำหนด

ผลกระทบความเสี่ยง

การที่บริษัทไม่สามารถสรรหาและแต่งตั้งกรรมการผู้หญิงให้เป็นไปตามสัดส่วนที่กำหนดและภายในระยะเวลาที่วางไว้ อาจส่งผลให้โครงสร้างคณะกรรมการยังขาดความหลากหลายอย่างเหมาะสม ซึ่งอาจจำกัดมุมมองในการพิจารณาและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของคณะกรรมการ รวมถึงลดประสิทธิภาพของระบบวงดุลาอำนาจในการกำกับดูแลกิจการ

มาตรการจัดการความเสี่ยง

กำหนดแผนในการพัฒนาความสามารถของผู้บริหารเพศหญิงเพื่อให้ความพร้อมในการดำรงตำแหน่งกรรมการ

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทได้กำหนดแผนกลยุทธ์ในการยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปลูกฝังค่านิยมด้านความซื่อสัตย์สุจริต ความโปร่งใส และความรับผิดชอบต่อสังคมในทุกระดับขององค์กร โดยมุ่งเน้นการป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการทุจริตในการดำเนินธุรกิจ แผนกลยุทธ์ดังกล่าวครอบคลุมการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน การสื่อสารและถ่ายทอดนโยบายให้แก่คณะกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับอย่างทั่วถึง การพัฒนาระบบควบคุมภายในและกระบวนการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดให้มีช่องทางรับแจ้งข้อมูลหรือเบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตที่ปลอดภัย เป็นความลับ และสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ บริษัทได้กำหนดให้มีการติดตาม ประเมินผล และทบทวนมาตรการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง หลักธรรมาภิบาล และมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล อันจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

เป้าหมาย

เพิ่มความหลากหลายของคณะกรรมการ โดยคำนึงถึงคุณสมบัติ ทักษะ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และมุมมองที่แตกต่างกัน เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการกำกับดูแลกิจการ ระบบวงดุลาอำนาจ และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลที่ดีและการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และ มาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ได้รับการรับรอง
การยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดด้านจริยธรรมและการทุจริตภายในองค์กร	-	-	-	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

บริษัทกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ และขั้นตอนการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างชัดเจน

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
บริษัทกำหนดนโยบาย แนวปฏิบัติ และขั้นตอนการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างชัดเจน	2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันให้สอดคล้องกับกฎหมาย หลักธรรมาภิบาล และแนวปฏิบัติที่ดี
	2570	• พัฒนาและส่งเสริมช่องทางการรับแจ้งเบาะแส พร้อมมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียน
	2571	• เปิดเผยแพร่ผลการดำเนินงานด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันอย่างเหมาะสมและโปร่งใส

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1

บริษัทได้จัดให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงที่เป็นโครงสร้างและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร โดยครอบคลุมการบริหารความเสี่ยงในทุกด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ อาทิ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง กระบวนการบริหารความเสี่ยงของบริษัท ประกอบด้วย การระบุความเสี่ยง การวิเคราะห์และประเมินระดับความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการกำหนดมาตรการควบคุมและแนวทางบริหารจัดการ ความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อป้องกันหรือลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้อยู่ในระดับที่บริษัทสามารถยอมรับได้ โดยมีการติดตาม ตรวจสอบ และรายงานผลการบริหารความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทได้ส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการการบริหารความเสี่ยงเข้ากับกระบวนการดำเนินงานในทุกระดับ พร้อมทั้งพัฒนาระบบควบคุมภายในและสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสถานะแวดล้อมทางธุรกิจ และสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนขององค์กร

ลักษณะความเสี่ยง

ความเสี่ยงหมายถึงเหตุการณ์ สถานการณ์ หรือปัจจัยที่อาจเกิดขึ้นจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน ความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ตลอดจนชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง ลักษณะความเสี่ยงของบริษัทสามารถจำแนกออกเป็นหลายประเภทสำคัญ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและกฎระเบียบ ซึ่งแต่ละประเภทความเสี่ยงอาจมีความเชื่อมโยงและส่งผลกระทบต่อซึ่งกันและกัน ทั้งในด้านระดับความรุนแรงและโอกาสในการเกิดขึ้น บริษัทได้กำหนดกระบวนการในการระบุ วิเคราะห์ ประเมิน ติดตาม และทบทวนความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งจัดให้มีมาตรการควบคุมภายในและแนวทางบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม เพื่อจำกัดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่สามารถยอมรับได้ และลดโอกาสเกิดผลกระทบเชิงลบที่อาจมีต่อการดำเนินธุรกิจและฐานะทางการเงินของบริษัทในระยะยาว

ผลกระทบความเสี่ยง

หากความเสี่ยงที่บริษัทเผชิญเกิดขึ้น อาจส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ผลการดำเนินงาน ฐานะทางการเงิน กระแสเงินสด ความสามารถในการแข่งขัน และการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ของบริษัท ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผลกระทบจากความเสี่ยงอาจปรากฏในหลายรูปแบบ อาทิ การหยุดชะงักของกระบวนการดำเนินงาน การเพิ่มขึ้นของต้นทุน การลดลงของรายได้หรือกำไร ความเสียหายต่อทรัพย์สินและทรัพยากรของบริษัท ตลอดจนการสูญเสียความเชื่อมั่นจากผู้ถือหุ้น ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ นอกจากนี้ ความเสี่ยงบางประเภทยังอาจก่อให้เกิดผลกระทบด้านกฎหมายและกฎระเบียบ เช่น การถูกลงโทษ ปรับ หรือจำกัดการดำเนินธุรกิจ รวมถึงผลกระทบต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องและการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทได้กำหนดมาตรการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบและเหมาะสม เพื่อป้องกัน ลด และควบคุมผลกระทบจากความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยมาตรการดังกล่าวครอบคลุมตั้งแต่การป้องกันเชิงรุก การควบคุมภายใน การติดตามตรวจสอบ และการปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง มาตรการจัดการความเสี่ยงของบริษัทประกอบด้วย การกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน การแบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเหมาะสม การจัดทำมีระบบควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้เครื่องมือและกระบวนการในการติดตามและประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ บริษัทได้จัดทำมีการรายงานสถานะความเสี่ยงและผลการดำเนินการจัดการความเสี่ยงต่อคณะกรรมการบริษัทและฝ่ายบริหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางแก้ไขและปรับปรุงมาตรการได้อย่างทันท่วงที อันจะช่วยลดโอกาสและความรุนแรงของผลกระทบจากความเสี่ยง และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างมั่นคงและยั่งยืน