



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)



บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) (TMAN)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 25/02/2569
และเผยแพร่เมื่อวันที่ 26/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ("TMAN") 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.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น 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
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การเสริมคุณค่าและความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจหลัก (Mature Business)	4
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การเร่งการเติบโตและขยายขนาดของธุรกิจที่มีศักยภาพสูง (Growth Business)	5
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การแสวงหาและพัฒนา S-Curve ใหม่สำหรับธุรกิจแห่งอนาคต (Future Business)	7
แผนกลยุทธ์ที่ 4 : การยกระดับความเป็นเลิศด้านการดำเนินงาน	9
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	11
แผนความเป็นอิสระของกรรมการ	12
แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ	13
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	14
แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	15
แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ	16
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	19
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	20
แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	21



บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน)

sSET

สินค้าอุปโภคบริโภค / ของใช้ส่วนตัวและเวชภัณฑ์

CG Report :

SET ESG Ratings: -

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ประกอบธุรกิจ 1.ผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยา และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ 2.รับจ้างผลิต และ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก

ข้อมูลทางการเงิน	ปี	2568	2567	2566	-
------------------	----	------	------	------	---

งบกำไรขาดทุน (ลบ.)					
รายได้	2,690.58	2,226.00	1,980.04	N/A	
ค่าใช้จ่าย	2,048.33	1,676.02	1,455.00	N/A	
Net Profit	523.07	450.70	431.09	N/A	

งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)					
สินทรัพย์	3,783.72	3,455.66	2,627.25	N/A	
หนี้สิน	1,666.72	1,685.72	1,107.85	N/A	
ส่วนผู้ถือหุ้น	2,117.00	1,769.93	1,519.39	N/A	

งบกระแสเงินสด (ลบ.)					
กิจกรรมดำเนินงาน	336.44	519.66	282.09	N/A	
กิจกรรมลงทุน	131.12	-721.03	-216.38	N/A	
กิจกรรมจัดหาเงิน	-416.63	301.72	-24.85	N/A	

อัตราส่วนการเงิน					
กำไรต่อหุ้น (บาท)	1.31	1.31	1.56	N/A	
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	46.60	48.81	49.13	N/A	
อัตรากำไรสุทธิ (%)	19.44	20.25	21.77	N/A	
D/E Ratio (เท่า)	0.79	0.95	0.73	N/A	
ROE (%)	26.91	27.40	28.37	N/A	
ROA (%)	17.74	18.08	19.98	N/A	

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ	เป้าหมาย ณ ปี 2571
รายได้จากการดำเนินงานหลัก	3,683.00 ล้านบาท

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การเสริมคุณค่าและความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจหลัก (Mature Business)	✓	✓	
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การเร่งการเติบโตและขยายขนาดของธุรกิจที่มีศักยภาพสูง (Growth Business)	✓		
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การแสวงหาและพัฒนา S-Curve ใหม่สำหรับธุรกิจแห่งอนาคต (Future Business)	✓		
4. แผนกลยุทธ์ที่ 4 : การยกระดับความเป็นเลิศด้านการดำเนินงาน	✓	✓	

แผนด้านธรรมาภิบาล
1. แผนความเป็นอิสระของกรรมการ
2. แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ
3. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
4. แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่
5. แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และ กลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก
2. แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

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/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
รายได้จากการดำเนินงานหลัก (ล้านบาท)	1,972.23	2,212.65	2,506.12	3,683.00

บริษัทฯ ได้ตั้งเป้าการเติบโตของรายได้จากการดำเนินงานหลักในปี 2571 ที่ 3,683 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 10% - 15% เมื่อเทียบกับฐานรายได้จากการดำเนินงานหลักของปี 2568 โดยมุ่งขับเคลื่อนผลการดำเนินงานผ่านกรอบกลยุทธ์หลัก 4 ด้าน ได้แก่

- (1) การเสริมคุณค่าและความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจหลัก
- (2) การเร่งการเติบโตและขยายขนาดของธุรกิจที่มีศักยภาพสูง
- (3) การแสวงหาและพัฒนา S-Curve ใหม่สำหรับธุรกิจแห่งอนาคต และ
- (4) การยกระดับความเป็นเลิศด้านการดำเนินงาน เพื่อสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการเสริมความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

ในช่วงสามปีข้างหน้า บริษัทฯ จะมุ่งดำเนินกลยุทธ์การเสริมคุณค่าและความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจหลัก (Mature Business) โดยต่อยอดธุรกิจหลักของบริษัทที่มีฐานตลาดและความสามารถในการแข่งขันที่มั่นคงอยู่แล้ว ให้สามารถสร้างการเติบโตและผลตอบแทนได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณค่าของสินค้าและแบรนด์ การรักษาความสัมพันธ์กับคู่ค้าและช่องทางจำหน่าย การปรับปรุงประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตและการดำเนินงาน ทั้งนี้ กลยุทธ์ดังกล่าวครอบคลุมการเสริมความแข็งแกร่งในตลาดยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ จำหน่ายหน้าเคาน์เตอร์ การขยายธุรกิจรับจ้างผลิต และการผลักดันแบรนด์โพรโพลิสสู่ระดับภูมิภาค เพื่อให้ธุรกิจหลักของบริษัทสามารถรักษาความเป็นผู้นำสร้างรายได้ที่มั่นคง และเป็นฐานสำคัญสำหรับการเติบโตในอนาคต

นอกจากนี้ บริษัทฯ จะเร่งขับเคลื่อน กลยุทธ์การเติบโตและขยายขนาดของธุรกิจที่มีศักยภาพสูง (Growth Business) ผ่านการเพิ่มความแข็งแกร่งในตลาดโรงพยาบาล การขยายการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการยกระดับธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าให้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ลูกค้าและเจ้าของแบรนด์ไว้วางใจเลือกทำงานด้วย ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการขาย ขยายฐานลูกค้า และสร้างแรงขับเคลื่อนใหม่ให้กับการเติบโตของบริษัทในระยะถัดไป

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ จะเดินหน้านำตาม กลยุทธ์การแสวงหาและพัฒนา S-Curve ใหม่สำหรับธุรกิจแห่งอนาคต (Future Business) โดยมุ่งศึกษาความเป็นไปได้ ลงทุน และพัฒนาธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ อาทิ เทคโนโลยีชีวภาพ สุขภาพด้วยปัญญาประดิษฐ์ อุปกรณ์อัจฉริยะ สำหรับการใช้จ่าย การวินิจฉัย การบำบัดรักษาด้วยดิจิทัล และโภชนาการเฉพาะบุคคล เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตใหม่ให้แก่บริษัทในระยะยาว และวางรากฐานสำหรับการต่อยอดธุรกิจในอนาคต

เพื่อรองรับการเติบโตของทุกกลยุทธ์ข้างต้น บริษัทฯ จะให้ความสำคัญกับการยกระดับความเป็นเลิศด้านการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง (Operational Excellence) โดยครอบคลุมการพัฒนาบุคลากรและโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ การปรับปรุงกระบวนการทำงานและระบบข้อมูลให้มีความคล่องตัวและแม่นยำมากขึ้น ตลอดจนการทบทวนและปรับปรุงนโยบายองค์กรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป แนวทางดังกล่าวจะช่วยเสริมความพร้อมขององค์กรในการรองรับการขยายตัวของธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานได้ดีขึ้น และสนับสนุนความสามารถในการทำกำไรของบริษัทให้เติบโตอย่างมั่นคงในระยะยาว

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การเสริมคุณค่าและความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจหลัก (Mature Business)

1. ตลาดยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจำหน่ายหน้าเคาน์เตอร์ OTC

- มุ่งเสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจหลักในตลาด OTC ผ่านการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าและช่องทางจำหน่าย การทบทวนพอร์ตสินค้าให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงการลงทุนในแบรนด์และการออกสินค้าใหม่ที่ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ กระตุ้นยอดขาย และรักษาความเป็นผู้นำในตลาด

2. ธุรกิจรับจ้างผลิต OEM

- มุ่งขยายธุรกิจรับจ้างผลิตโดยต่อยอดความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาและการผลิตของบริษัท เพื่อเพิ่มโอกาสในการได้ลูกค้าใหม่และขยายงานกับลูกค้าเดิม ควบคู่กับการยกระดับประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพสินค้า และความสามารถในการส่งมอบ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดและสร้างรายได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

3. ผลักดันแบรนด์ไพรโพลิสสู่การเป็นแบรนด์ระดับภูมิภาค

- มุ่งยกระดับแบรนด์ไพรโพลิสจากความสำเร็จในประเทศสู่การเติบโตในระดับภูมิภาค ผ่านการลงทุนสร้างการรับรู้แบรนด์ การขยายช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละตลาด เพื่อเสริมศักยภาพในการแข่งขันและผลักดันแบรนด์สู่การเป็นแบรนด์ชั้นนำในภูมิภาค

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue From Operations (ล้านบาท)	2,212.65	2,506.12	2,977.00	3,311.00	3,683.00

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งต่อยอดธุรกิจหลักของบริษัทที่มีฐานตลาดและความสามารถในการแข่งขันที่มั่นคงอยู่แล้ว ให้สามารถสร้างการเติบโตและผลตอบแทนได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยครอบคลุมการเสริมความแข็งแกร่งในตลาดยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจำหน่ายหน้าเคาน์เตอร์ การขยายธุรกิจรับจ้างผลิต และการผลักดันแบรนด์ไพรโพลิสสู่ระดับภูมิภาค เพื่อให้ธุรกิจหลักของบริษัทสามารถรักษาความเป็นผู้นำ สร้างรายได้ที่มั่นคง และเป็นฐานสำคัญสำหรับการเติบโตในอนาคต ทั้งนี้ กลยุทธ์ดังกล่าวได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณค่าของสินค้าและแบรนด์ การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าและช่องทางจำหน่าย การปรับพอร์ตผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตและการดำเนินงาน	2569	<ul style="list-style-type: none"> การลงทุนในแบรนด์และการออกสินค้าใหม่ช่วยเพิ่มการรับรู้แบรนด์และสร้างแรงสนับสนุนต่อยอดขาย ธุรกิจรับจ้างผลิต OEM มีความแข็งแกร่งมากขึ้น และสามารถรักษาลูกค้าเดิมได้อย่างต่อเนื่อง การขยายตลาดต่างประเทศเริ่มมีพัฒนาการที่ชัดเจนมากขึ้น พร้อมรองรับการเติบโตในระยะถัดไป
	2570	<ul style="list-style-type: none"> การรับรู้แบรนด์ของบริษัทและแบรนด์หลักมีความแข็งแกร่งมากขึ้นจากการลงทุนทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจรับจ้างผลิต OEM สามารถใช้ประโยชน์จาก Ecosystem ของบริษัทได้อย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำด้านการวิจัยและพัฒนา ไปจนถึงปลายน้ำด้านการกระจายสินค้า และสามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มขึ้น ทั้งจากลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่ม

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> การขยายช่องทางจัดจำหน่ายในต่างประเทศเริ่มมีความเป็นรูปธรรม และช่วยสนับสนุนการเติบโตของแบรนด์ในระดับภูมิภาค ธุรกิจหลักของบริษัทมีความแข็งแกร่งมากขึ้นทั้งด้านรายได้ ความสามารถในการแข่งขัน และฐานลูกค้าในตลาดหลัก ธุรกิจรับจ้างผลิตและการขยายตลาดต่างประเทศกลายเป็นแรงสนับสนุนสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัท บริษัทมีฐานธุรกิจหลักที่มั่นคง พร้อมต่อยอดสู่การเติบโตในระดับภูมิภาคและเสริมความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด

• ลักษณะความเสี่ยง

- อัตรากำลังคนไม่เพียงพอในการทำงานที่สนองกับสินค้าที่ออกใหม่
- การประสานงานภายในทีมบางส่วนยังไม่ราบรื่นเท่าที่ควร และยังมีโอกาสปรับปรุงประสิทธิภาพได้เพิ่มเติม
- ขั้นตอนในการทำงานบางส่วนยังใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน และยังมีโอกาสปรับปรุงประสิทธิภาพได้เพิ่มเติม

• ผลกระทบความเสี่ยง

- สูญเสียโอกาสในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดตามที่บริษัทมุ่งเป้าหมายได้

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ติดตามและจัดให้มีการประชุมทุกเดือนเพื่อประสานงานและทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ
- เพิ่มอัตรากำลังคนให้เหมาะสมกับการทำงาน

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การเร่งการเติบโตและขยายขนาดของธุรกิจที่มีศักยภาพสูง (Growth Business)

1. ตลาดโรงพยาบาล (Hospital)

- มุ่งเร่งการเติบโตในตลาดโรงพยาบาลโดยเพิ่มความแข็งแกร่งในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ยา First Generic และ Generic Medicines ที่เน้นกลุ่มยามูลค่าสูง ควบคู่กับการปรับโครงสร้างทีมขายให้สามารถเข้าถึงแพทย์เฉพาะทางและหน่วยงานทางการแพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย ขยายฐานลูกค้า และยกระดับบทบาทของบริษัทในตลาดโรงพยาบาล

2. ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

- มุ่งขยายการเติบโตผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซโดยสร้างการปรากฏตัวของแบรนด์บนแพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดียหลักอย่างครอบคลุม พร้อมพัฒนาสินค้าและแคมเปญส่งเสริมการขายเฉพาะช่องทางออนไลน์ เพื่อเพิ่มการรับรู้แบรนด์ ขยายการเข้าถึงผู้บริโภค และกระตุ้นยอดขายจากกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

3. ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า (DBU)

- มุ่งยกระดับธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าให้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ลูกค้าและเจ้าของแบรนด์เลือกทำงานด้วย ผ่านการปรับพอร์ตสินค้าให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทางจำหน่าย การสรรหาแบรนด์ใหม่ที่สอดคล้องกับช่องทางของบริษัท และการนำระบบงานและเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารพอร์ต ขยายฐานลูกค้า เสริมศักยภาพการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว และเป็นพันธมิตรที่ลูกค้าไว้วางใจเลือก

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue From Operations (ล้านบาท)	2,212.65	2,506.12	2,977.00	3,311.00	3,683.00

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
<p>บริษัทมีเป้าหมายในการขับเคลื่อนการเติบโตให้สอดคล้องกับการขยายตัวของตลาด โดยลงทุนเพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่และเพิ่มสัดส่วนรายได้จากกลุ่มธุรกิจเติบโตที่มีความสำคัญมากขึ้นในโครงสร้างรายได้โดยรวมของบริษัท โดย จะดำเนินการผ่านการเสริมความแข็งแกร่งของกลุ่มธุรกิจโรงพยาบาล การขยายการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ และการยกระดับธุรกิจกระจายสินค้าให้เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก ทั้งนี้ บริษัทจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาพอร์ตธุรกิจ การเพิ่มประสิทธิภาพของช่องทางการขาย การขยายฐานลูกค้า ตลอดจนการนำระบบและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลยุทธ์ดังกล่าวมุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจหลายมิติ ทั้งการสร้างแบรนด์องค์กรและการเสริมศักยภาพของทีมงานเพื่อรองรับการขยายธุรกิจ จากการดำเนินงานตามแนวทางข้างต้น คาดว่ากลุ่มธุรกิจนี้จะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง มีขนาดธุรกิจที่ใหญ่ขึ้น และก้าวขึ้นเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตใน ระยะยาวของบริษัท</p>	2569	<ul style="list-style-type: none"> • บริษัทเริ่มสร้างการเติบโตในตลาดโรงพยาบาลได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น จากการขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง • ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทชัดเจนมากขึ้น • ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า DBU เริ่มมีทิศทางการเติบโตที่ชัดเจนจากการปรับพอร์ตสินค้าให้เหมาะสมกับช่องทางจำหน่าย และการขยายความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ
	2570	<ul style="list-style-type: none"> • รายได้จากตลาดโรงพยาบาลเติบโตต่อเนื่อง จากการทำตลาดเชิงลึกในกลุ่มผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงและการยกระดับประสิทธิภาพการเข้าถึงลูกค้า • ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการรับรู้แบรนด์ กระตุ้นยอดขาย และเสริมความใกล้ชิดกับผู้บริโภค • ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า DBU สามารถขยายฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสทางธุรกิจได้มากขึ้น จากการต่อยอดพอร์ตสินค้าและการสร้างเครือข่ายพันธมิตรใหม่
	2571	<ul style="list-style-type: none"> • ตลาดโรงพยาบาล ช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า กลายเป็นกลุ่มธุรกิจสำคัญที่ขับเคลื่อนการเติบโตของบริษัทอย่างสมดุล • บริษัทมีฐานรายได้จากธุรกิจที่มีศักยภาพสูงแข็งแกร่งมากขึ้น ช่วยเสริมความต่อเนื่องของการเติบโตและลดการพึ่งพารายได้จากธุรกิจเดิมเพียงด้านเดียว • แแบรนด์ของบริษัทมีความแข็งแกร่งมากขึ้นทั้งในกลุ่มลูกค้าโรงพยาบาล ผู้บริโภคออนไลน์ และพันธมิตรทางธุรกิจ • บริษัทมีความพร้อมในการขยายธุรกิจเติบโตในระยะยาว จากโครงสร้างการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ระบบสนับสนุนที่เหมาะสม และเครือข่ายพันธมิตรที่มั่นคง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาด

• ลักษณะความเสี่ยง

- มีผู้เล่นรายเดิมและรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- คู่แข่งมีสินค้าใกล้เคียงกันและใช้งบประมาณด้านการตลาดสูง
- การแข่งขันด้านราคา โปรโมชัน และช่องทางจำหน่ายมีความรุนแรงมากขึ้น

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ยอดขายและส่วนแบ่งตลาดอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- อัตรากำไรอาจลดลงจากการแข่งขันด้านราคาและค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น
- การสร้างการรับรู้แบรนด์และการขยายฐานลูกค้าอาจใช้เวลานานกว่าที่คาด

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- พัฒนาความแตกต่างของสินค้าและจุดขายของแบรนด์ให้ชัดเจน
- ติดตามสถานการณ์การแข่งขันและทบทวนกลยุทธ์การตลาดอย่างสม่ำเสมอ
- กำหนดแผนราคาและกิจกรรมส่งเสริมการขายให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มลูกค้าและแต่ละช่องทาง
- เสริมความร่วมมือกับคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงตลาด

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : การแสวงหาและพัฒนา S-Curve ใหม่สำหรับธุรกิจแห่งอนาคต (Future Business)

1. **แสวงหาและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่ของบริษัทในระยะยาว** โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจด้านการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ (Longevity) ซึ่งเป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง
2. **พิจารณาแนวทางการเติบโตแบบ Inorganic Growth ควบคู่กัน** โดยเฉพาะการเข้าซื้อกิจการ การร่วมลงทุน หรือการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับธุรกิจที่มีศักยภาพและสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตในกลุ่มธุรกิจอายุยืนอย่างมีคุณภาพ (Longevity)
3. **กลุ่มธุรกิจด้านการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ (Longevity)**
 - เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotech)
 - สุขภาพด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI Health)
 - อุปกรณ์อัจฉริยะสำหรับการใช้ยา (Smart Medication Device)
 - การวินิจฉัย (Diagnostic)
 - การบำบัดรักษาด้วยดิจิทัล (Digital Therapeutic)
 - โภชนาการเฉพาะบุคคล (Personalized Nutrition)

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

• เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue From Operations (ล้านบาท)	2,212.65	2,506.12	2,977.00	3,311.00	3,683.00

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งแสวงหาและพัฒนาโอกาสธุรกิจใหม่ของบริษัทในระยะยาว โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจด้านการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ ซึ่งเป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องจากการเข้าสู่สังคมสูงวัย การเปลี่ยนผ่านสู่การดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ความตระหนักด้านสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสุขภาพและชีววิทยาศาสตร์สมัยใหม่ ทั้งนี้ ตลาด Longevity ทั่วโลกมีมูลค่า 23.50 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 31.60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2028 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 10.4 ต่อปี โดยบริษัทจะใช้โอกาสดังกล่าวในการต่อยอดสู่การพัฒนาธุรกิจใหม่ภายใต้กลุ่มที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ สุขภาพด้วยปัญญาประดิษฐ์ อุปกรณ์อัจฉริยะด้านการใช้ยา การวินิจฉัย โภชนาการเฉพาะบุคคล เทคโนโลยีชีวภาพ และการบำบัดรักษาด้วยดิจิทัล ควบคู่กับการสร้างความพร้อมด้านองค์ความรู้ พันธมิตร และรูปแบบธุรกิจ เพื่อวางรากฐานสู่การเติบโตของ S-Curve ใหม่ในอนาคต อีกทั้งบริษัทจะพิจารณาแนวทางการเติบโตแบบ Inorganic Growth ควบคู่กัน โดยเฉพาะการเข้าซื้อกิจการ การร่วมลงทุน หรือการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์กับธุรกิจที่มีศักยภาพและสอดคล้องกับทิศทางการเติบโตในกลุ่มธุรกิจด้านการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ ประกอบกับบริษัทจะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกเป้าหมายการลงทุนที่สามารถสร้าง Synergy ร่วมกับธุรกิจเดิมของบริษัท ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม การขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์และบริการมูลค่าเพิ่มสูง ตลอดจนการต่อยอดสู่ธุรกิจด้านการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพแบบครบวงจรในอนาคต	2569	<ul style="list-style-type: none"> องค์กรมีความเข้าใจในภาพรวมเกี่ยวกับธุรกิจด้าน Longevity ทั้งในมิติการแพทย์ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภค องค์กรมีการสำรวจโอกาสในการร่วมมือกับพันธมิตรด้านเทคโนโลยีสุขภาพ เช่น สถาบันวิจัยหรือหน่วยงานภาครัฐ องค์กรสามารถประเมินและคัดเลือกโมเดลธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Longevity ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพขององค์กร เพื่อรองรับการลงทุนหรือการพัฒนาในอนาคต
	2570	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทสามารถระบุโอกาสทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Longevity ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแพลตฟอร์มสุขภาพ อาจเกิดความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับพันธมิตรด้านเทคโนโลยีสุขภาพที่มีศักยภาพในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ในระยะกลาง ระบบสำหรับการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และนำข้อมูลด้านสุขภาพและพฤติกรรมผู้บริโภคไปใช้ เริ่มมีความชัดเจนและเป็นรูปเป็นร่างมากขึ้น เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ แบรนด์เริ่มได้รับการเชื่อมโยงกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันและการมีสุขภาพที่ดีในระยะยาวอย่างเป็นระบบและน่าเชื่อถือมากขึ้น
	2571	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมีความพร้อมทั้งในด้านโครงสร้างองค์กร ฐานองค์ความรู้ และเครือข่ายความร่วมมือที่จำเป็นต่อการขยายธุรกิจด้าน Longevity ได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น แบรนด์ได้รับความน่าเชื่อถือในฐานะผู้เล่นที่มีความเข้าใจด้านการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม และสามารถสื่อสารข้อมูลสุขภาพได้อย่างเหมาะสม องค์กรมีความพร้อมในการขยายไปสู่แพลตฟอร์มสุขภาพหรือพัฒนานวัตกรรมการดูแลสุขภาพแบบบูรณาการได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการลงทุนในธุรกิจใหม่ที่ยังไม่สร้างรายได้ชัดเจน

• ลักษณะความเสี่ยง

การศึกษาและพัฒนาแนวคิด Longevity เป็นการลงทุนระยะยาว ซึ่งในช่วงเริ่มต้นอาจยังไม่สามารถสร้างรายได้หรือผลตอบแทนที่ชัดเจน

• ผลกระทบความเสี่ยง

- กระทบต่อผลตอบแทนการลงทุน และอาจเพิ่มภาระต้นทุน หากการพัฒนาไม่เป็นไปตามแผน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- กำหนดกรอบการลงทุนแบบเป็นขั้นตอน (Stage-gate) ใช้การทดลองตลาดผ่านช่องทางดิจิทัลและการร่วมมือกับพันธมิตร เพื่อลดความเสี่ยงก่อนตัดสินใจลงทุนเพิ่มเติม

แผนกลยุทธ์ที่ 4 : การยกระดับความเป็นเลิศด้านการดำเนินงาน

1. การพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรและการปรับโครงสร้างองค์กร

- มุ่งพัฒนาโครงสร้างองค์กรและบุคลากรให้สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของบริษัทในอนาคต โดยปรับรูปแบบองค์กรให้รองรับการขยายธุรกิจใหม่ได้อย่างเหมาะสม ควบคู่กับการลงทุนในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทั้งด้านความรู้ ทักษะ และความสามารถในการทำงาน เพื่อเสริมความพร้อมขององค์กรและสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการเติบโตระยะยาว

2. การปรับปรุงกระบวนการทำงาน

- มุ่งยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทผ่านการปรับปรุงกระบวนการทำงานและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์และการรายงาน การเพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ การเชื่อมโยงระบบงานระหว่างหน่วยงาน และการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน รวมถึงการพัฒนาระบบปฏิบัติการให้สามารถทำงานร่วมกับพันธมิตรได้อย่างราบรื่น ควบคู่กับการนำข้อมูลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการปฏิบัติงาน การประสานงานกับลูกค้า และการตัดสินใจทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

3. การพัฒนานโยบายในองค์กร (Policy)

- มุ่งทบทวนและปรับปรุงนโยบายของบริษัทให้สอดคล้องกับแนวโน้มธุรกิจใหม่ ทิศทางการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้นโยบายต่าง ๆ สามารถสนับสนุนการเติบโตขององค์กรได้อย่างเหมาะสม มีความยืดหยุ่นมากขึ้น และช่วยให้การบริหารจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

• เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue From Operations (ล้านบาท)	2,212.65	2,506.12	2,977.00	3,311.00	3,683.00

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งยกระดับความเป็นเลิศด้านการดำเนินงานของบริษัทเพื่อสร้างรากฐานองค์กรที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรองรับการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรและการปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ การปรับปรุงกระบวนการทำงานผ่านการนำเทคโนโลยีและระบบข้อมูลมาใช้เพื่อเพิ่มความคล่องตัว ความแม่นยำ และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ตลอดจนการทบทวนและปรับปรุงนโยบายและระบบสนับสนุนองค์กรให้เหมาะสมกับแนวโน้มและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เชื่อมโยงการทำงานได้อย่างราบรื่น และสนับสนุนการเติบโตของบริษัทได้อย่างมั่นคงและต่อเนื่อง อีกทั้งยังช่วยให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรได้ดีขึ้นในระยะยาวความสำเร็จ เพื่อบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสมและเพิ่มโอกาสในการสร้างมูลค่าให้กับบริษัท	2569	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทเริ่มปรับโครงสร้างองค์กรและบทบาทการทำงานให้สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของธุรกิจมากขึ้น พร้อมยกระดับความพร้อมของบุคลากรในด้านความรู้ ทักษะ และความสามารถที่จำเป็น การเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรมีความชัดเจนและคล่องตัวมากขึ้น ช่วยลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน บริษัทเริ่มทบทวนและปรับปรุงนโยบายที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับแนวโน้มธุรกิจและทิศทางการดำเนินงานใหม่ขององค์กร บริษัทเริ่มนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด
	2570	<ul style="list-style-type: none"> โครงสร้างองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลมีความเหมาะสมมากขึ้นต่อ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<p>การรองรับการขยายธุรกิจ และช่วยให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> ระบบข้อมูลและเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการสนับสนุนการวิเคราะห์ การรายงาน และการตัดสินใจทางธุรกิจ ประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานและการประสานงานกับพันธมิตรทางธุรกิจดีขึ้น จากการเชื่อมโยงระบบงานและการนำระบบอัตโนมัติมาสนับสนุนการดำเนินงาน บริษัทมีโครงสร้างองค์กร บุคลากร และระบบการทำงานที่แข็งแกร่ง สามารถรองรับการเติบโตของธุรกิจในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการดำเนินงานมีความคล่องตัว แม่นยำ และเชื่อมโยงกันมากขึ้นทั้งภายในองค์กรและระหว่างการทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ บริษัทมีนโยบายและระบบสนับสนุนองค์กรที่เหมาะสม ยืดหยุ่น และสอดคล้องกับทิศทางธุรกิจ ช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงต่อเนื่อง บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรได้ดีขึ้นในระยะยาว

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น

• ลักษณะความเสี่ยง

- ค่าใช้จ่ายเรื่องพลังงานมีแนวโน้มปรับตัวมากขึ้น
- ค่าเสื่อมราคาที่เกิดจากการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น
- ค่าใช้จ่ายในส่วนของวัตถุดิบ และ บรรจุภัณฑ์ เพิ่มสูงขึ้น

• ผลกระทบความเสี่ยง

- ส่งผลกระทบต่อกำไรขั้นต้นต่ำลง และทำให้ความสามารถในการแข่งขันต่ำลง

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- นำระบบดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพื่อลดต้นทุน และสร้างมูลค่าในกระบวนการทำงาน
- มีการตรวจสอบ yield ในการผลิต พร้อมควบคุมการทำงาน
- ควบคุมการการทำงานล่วงเวลาของพนักงานให้อยู่ในจุดที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ
- การหาแหล่งวัตถุดิบที่ถูกลงทั้งในและต่างประเทศ
- มีการใช้พลังงานทางเลือกเพื่อลดต้นทุนการใช้พลังงาน
- พิจารณาเรื่องการเพิ่มราคาขาย

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

โครงสร้างและคุณสมบัติของคณะกรรมการ

แผนความเป็นอิสระของกรรมการ

ปี 2569: ทบทวนนิยามของกรรมการอิสระให้มีความเข้มงวดกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำของสำนักงาน ก.ล.ต. และกำหนดแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการประเมินความเป็นอิสระประจำปี

ปี 2570: ส่งเสริมการจัดประชุมเฉพาะกลุ่มกรรมการอิสระ (Independent Directors Meeting) โดยไม่มีฝ่ายบริหารจัดการเข้าร่วม อย่างน้อยปีละ 1-2 ครั้ง เพื่อเปิดโอกาสให้อภิปรายประเด็นการบริหารจัดการ กลยุทธ์ และการประเมินผลงานของฝ่ายบริหาร

ปี 2571: ยกระดับแนวปฏิบัติด้านความเป็นอิสระของคณะกรรมการให้เทียบเคียงมาตรฐานสากล (เช่น ASEAN CG Scorecard) และจัดทำแผนการสรรหา ล่วงหน้าสำหรับกรรมการอิสระที่จะครบวาระการดำรงตำแหน่ง (วาระต่อเนื่อง 9 ปี)

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
ประธานกรรมการเป็นกรรมการอิสระ	เสร็จสิ้น	-	-	-

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
บริษัทมุ่งมั่นรักษามาตรฐานการกำกับดูแลกิจการในระดับสากล โดยกำหนดให้ประธานกรรมการต้องดำรงสถานะเป็นกรรมการอิสระ เพื่อเสริมสร้างกลไกการถ่วงดุลอำนาจที่มีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานผลการประเมิน CGR ในหมวดความรับผิดชอบของคณะกรรมการไว้ที่ระดับ “ดีเลิศ” และปรับปรุงโครงสร้างคณะกรรมการให้ตอบโจทย์เกณฑ์การลงทุนของกองทุน Thai ESG เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ลงทุนในระยะยาว	2569	• บริษัทมีหลักเกณฑ์การประเมินความเป็นอิสระที่ชัดเจนและแข็งแกร่ง กรรมการอิสระทุกท่านสามารถปฏิบัติหน้าที่และให้ข้อเสนอแนะได้อย่างเป็นกลาง ปราศจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) อย่างแท้จริง
	2570	• เกิดวัฒนธรรมการกำกับดูแลที่โปร่งใส กรรมการอิสระสามารถบูรณาการความเห็นและให้ข้อเสนอแนะเชิงรุก (Proactive Feedback) แก่ฝ่ายบริหาร ได้อย่างตรงไปตรงมา ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารงาน อย่างเป็นรูปธรรม
	2571	• การเปลี่ยนผ่านกรรมการอิสระ (ID Succession) เป็นไปอย่างราบรื่นไร้รอยต่อ (Seamless Transition) องค์กรมีบุคลากรที่มีความสามารถพร้อมทดแทนทันที และได้รับการยอมรับด้านธรรมาภิบาลในระดับสากล ซึ่งช่วยสร้างความเชื่อมั่นขั้นสูงสุดต่อนักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การสรรหาบุคลากรทดแทนเมื่อกรรมการอิสระเดิมครบวาระ ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสม เป็นอิสระอย่างแท้จริง และมีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมอย่างถ่องแท้อาจดำเนินการได้ยาก

• ลักษณะความเสี่ยง

กรรมการอิสระที่ได้รับการแต่งตั้งใหม่อาจขาดความเข้าใจในธุรกิจการผลิตยาและเวชภัณฑ์ซึ่งมีความซับซ้อนและมีกฎระเบียบเฉพาะด้านสูง ส่งผลให้การกำกับดูแลขาดความแม่นยำและไม่ตรงจุด

• ผลกระทบความเสี่ยง

การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่ล่าช้าหรือการเสียโอกาสทางธุรกิจ จากการตรวจสอบที่ระมัดระวังจนเกินเหตุเนื่องจากผู้กำกับดูแลไม่เข้าใจบริบทของธุรกิจดีพอ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

ใช้ประโยชน์จากระบบทำเนียบกรรมการ (Director Pool) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ตั้งแต่นั้น ๆ และจัดทำโปรแกรมปฐมนิเทศ (Onboarding Program) ที่ให้ความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจและมาตรฐานโรงงานผลิต GMP PIC/S แก่กรรมการใหม่โดยเฉพาะ

แผนเพิ่มความหลากหลายของกรรมการ

ปี 2569 - 2570: กำหนดนโยบายและวางแผนการสรรหาเพื่อรักษาความโดดเด่นด้านความหลากหลายทางเพศในองค์ประกอบของคณะกรรมการบริษัทที่มีอยู่เดิม

ปี 2571: ตอกย้ำความเป็นผู้นำด้านธรรมาภิบาล โดยรักษาสัดส่วนกรรมการที่เป็นผู้หญิงในคณะกรรมการให้อยู่ในระดับไม่น้อยกว่าร้อยละ 30

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ปรับปรุงนโยบายความหลากหลาย (Diversity Policy) โดยระบุเป้าหมายสัดส่วนกรรมการผู้หญิงให้ชัดเจน และเปิดเผยความสำเร็จนี้ต่อสาธารณชน	2569	• โครงสร้างคณะกรรมการมีความสมดุลทางเพศอย่างเป็นรูปธรรม สะท้อนถึงความยั่งยืนและสอดคล้องกับมาตรฐานธรรมาภิบาลสากล

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การสรรหากรรมการใหม่ที่เป็นสุภาพสตรีให้สอดคล้องกับโครงสร้างและจังหวะการครบวาระของกรรมการเดิมอาจทำได้ล่าช้า

• ลักษณะความเสี่ยง

ตัวเลือกผู้บริหารหญิงระดับสูงที่มีคุณสมบัติเหมาะสมในอุตสาหกรรมอาจมีจำกัด ทำให้กระบวนการสรรหาใช้เวลานานขึ้น

• ผลกระทบความเสี่ยง

บริษัทอาจมีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถรักษาสัดส่วนกรรมการผู้หญิงให้อยู่ในระดับ 40-50% ได้อย่างต่อเนื่องหากมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างกะทันหัน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

สร้างเครือข่ายและใช้ระบบทำเนียบกรรมการ (Director Pool) ของ IOD เพื่อเตรียมพร้อมรายชื่อกรรมการสุภาพสตรีที่มีศักยภาพไว้ล่วงหน้า (Talent Pipeline)

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

ปี 2569 (ประกาศเจตนารมณ์): ยื่นประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วมแนวร่วมต่อต้านคอร์รัปชันของภาคเอกชนไทย (CAC) และปรับปรุงระบบการควบคุมภายใน (Internal Control) เพื่อให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมิน 71 รายการ

ปี 2571 (รับรองผล): ยื่นขอรับการรับรองและได้รับสถานะสมาชิก CAC Certified พร้อมทั้งขยายขอบเขตการบังคับใช้ "นโยบายต่อต้านคอร์รัปชัน" ไปยังพันธมิตรทางธุรกิจและลูกค้าหลัก (Critical Tier 1)

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ประกาศเจตนารมณ์	ระหว่างดำเนินการขอ ยื่นรับรอง	ได้รับการรับรอง
กำหนดให้ลูกค้าสำคัญที่ทำธุรกิจกับบริษัทโดยตรง (Critical Tier 1) มีนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายของลูกค้า	-	อยู่ระหว่างการดำเนินการ	อยู่ระหว่างการดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เริ่มโครงการ "Clean Supply Chain" เพื่ออบรมและประเมินลูกค้าด้านวัตถุดิบยา	2569	• องค์กรมีความพร้อมและมีมาตรฐานการควบคุมภายในที่รัดกุม เป็นรากฐานสำคัญในการยกระดับความโปร่งใส
	2570	• องค์กรได้รับการยอมรับในระดับประเทศว่ามีความโปร่งใส และสามารถขยายแนวปฏิบัติที่ดีไปยังพันธมิตรทางธุรกิจได้สำเร็จ
	2571	• ท่วงโซ่อุปทานมีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมทั้งเทคโนโลยีช่วยป้องกันความเสี่ยงด้านการทุจริตทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการปฏิบัติงานของพนักงานขายและคู่ค้า (Supplier Risk)

• ลักษณะความเสี่ยง

การให้สินบนหรือผลประโยชน์แก่ลูกค้า เพื่อแลกเปลี่ยนกับยอดขายสั่งซื้อ หรือกรณีคู่ค้าขาดธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจ

• ผลกระทบความเสี่ยง

ความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร การถูกดำเนินคดีอาญา

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ประกาศใช้และบังคับใช้นโยบายงดรับและงดให้ของขวัญ (No Gift Policy) อย่างเคร่งครัด

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่

ปี 2569: ระบุและจัดทำแผนที่ความเสี่ยงอุบัติใหม่ (Emerging Risk Map)

ปี 2570: บูรณาการการประเมินความเสี่ยงอุบัติใหม่เข้ากับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์องค์กร และเริ่มใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์จำลอง (Scenario Analysis)

ปี 2571: ยกระดับกรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร (ERM) และเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงด้านความยั่งยืนตามมาตรฐานสากล (เช่น TCFD หรือ IFRS S2)

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นใหม่	เสร็จสิ้น	-	-	-
• ระบุและวิเคราะห์ Emerging Risk ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจอย่างน้อย 3 รายการ	เสร็จสิ้น	-	-	-
• Emerging risk ทุกรายการ มี Scenario analysis และ Mitigation plansรองรับ	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูงในการติดตามและตัดสินใจเกี่ยวกับ Emerging Risk	เสร็จสิ้น	-	-	-
มีการประเมินและจัดทำแผนรับมือความเสี่ยงใหม่ ๆ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง และนำแผนดังกล่าวไปใช้จริงในการดำเนินธุรกิจ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ (Taskforce) เพื่อติดตามแนวโน้มระดับโลก (Global Megatrends) และจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการคิดเชิงอนาคต (Foresight Thinking) ให้แก่ผู้บริหาร	2569	• องค์กรมีการติดตามความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ และวิธีการเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ สามารถระบุภัยคุกคามใหม่ ๆ ที่อาจกระทบต่อธุรกิจได้ในระยะยาวได้
	2570	• คณะกรรมการและฝ่ายบริหารสามารถเตรียมความพร้อมและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจได้อย่างทันท่วงทีเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
	2571	<ul style="list-style-type: none"> องค์กรมีความยืดหยุ่นและพร้อมรับมือต่อวิกฤต (Resilience) สร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนว่าธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนท่ามกลางความผันผวนของโลก

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : กระบวนการวิเคราะห์และคาดการณ์ความเสี่ยงอุบัติใหม่อาจทำได้ยากเนื่องจากขาดข้อมูลในอดีตมาอ้างอิง

• ลักษณะความเสี่ยง

การเปลี่ยนแปลงของภาวะเป็ยบสาธาณสุขโลก หรือการขาดแคลนวัตถุดิบสำคัญในการผลิตยา (API) อันเนื่องมาจากปัญหาภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics) ที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

• ผลกระทบความเสี่ยง

ห่วงโซ่อุปทานหยุดชะงัก (Supply Chain Disruption) ต้นทุนการผลิตพุ่งสูงขึ้น หรือองค์กรเสียเปรียบทางการแข่งขันเนื่องจากปรับตัวรับเทคโนโลยีใหม่ไม่ทัน

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

กระจายความเสี่ยงโดยการจัดหาวัตถุดิบจากหลากหลายแหล่ง (Multi-sourcing) และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันวิจัยชั้นนำเพื่ออัปเดตนวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอ

แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความต่อเนื่องในการบริหารองค์กร (Leadership Continuity)

- เพื่อบริหารความเสี่ยงด้านบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ (Key Person Risk Mitigation)
- เพื่อพัฒนาผู้นำรุ่นถัดไปอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กร
- เพื่อยกระดับมาตรฐานธรรมาภิบาลด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลตามแนวปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียน

ปี 2569: วางโครงสร้างและระบุตำแหน่งสำคัญ (Identification & Framework Design Phase) การกำหนดตำแหน่งงานหลัก (Critical Position Identification) ดำเนินการกำหนด “ตำแหน่งสำคัญขององค์กร”

ปี 2570: การพัฒนาศักยภาพเชิงระบบ (Structured Leadership Acceleration Phase) โครงการพัฒนาผู้นำ (Leadership Development Program) ออกแบบและดำเนินโครงการพัฒนาสำหรับกลุ่ม Talent Pool

ปี 2571: การประเมินความพร้อมและจัดทำแผนเปลี่ยนผ่าน (Formal Succession & Transition Phase) การประเมินความพร้อมผู้สืบทอด (Succession Readiness Assessment) ดำเนินการประเมินอย่างเป็นรูปธรรม

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> ประเมินความเสี่ยงและระบุตำแหน่งสำคัญ (Identify Critical Roles & Risks) เพื่อจัดหมวดหมู่และจัดลำดับความสำคัญของตำแหน่งที่จำเป็นต้องมีแผนสืบทอดตำแหน่ง 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
<ul style="list-style-type: none"> กำหนดคุณสมบัติและความสามารถหลัก โดยการทบทวนและปรับปรุง Job Description ทำให้มั่นใจว่าคำบรรยายลักษณะงานมีความชัดเจนและเป็นปัจจุบัน และระบุความสามารถหลักที่จำเป็นสำหรับแต่ละตำแหน่ง 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> ระบุและการประเมินผู้มีศักยภาพภายในองค์กร เพื่อค้นหาและประเมินบุคลากรภายในองค์กรที่มีศักยภาพในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งสำคัญในอนาคต 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Development of Individual Development Plans - IDPs) 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> ติดตามความคืบหน้าของแผนพัฒนารายบุคคลและประเมินประสิทธิผลของแผนสืบทอดตำแหน่งโดยรวม โดยบุคลากรในตำแหน่งที่สำคัญทุกคนเข้าร่วมและผ่านการอบรม/พัฒนาทักษะที่สำคัญ 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<ul style="list-style-type: none"> สื่อสารให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของแผนสืบทอดตำแหน่งและส่งเสริมวัฒนธรรมการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั่วทั้งองค์กร 	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
<p>ขยายการทำ Succession Plan ให้ครอบคลุมตำแหน่งระดับผู้อำนวยการและตำแหน่งที่มีความสำคัญกับองค์กร</p>	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาแผนสืบทอดตำแหน่ง (Succession Planning Committee) และจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan - IDP) สำหรับกลุ่ม Talent อย่างเป็นรูปธรรม	2569	<ul style="list-style-type: none"> องค์กรมีภาพรวมที่ชัดเจนของตำแหน่งที่เปราะบางต่อการขาดแคลนบุคลากร และมีรายชื่อผู้สืบทอดเบื้องต้นเพื่อเตรียมการพัฒนาอย่างเป็นระบบ
	2570	<ul style="list-style-type: none"> ผู้สืบทอดตำแหน่งได้รับการประเมินและพัฒนาทักษะรอบด้าน ทั้งวิสัยทัศน์ทางธุรกิจและความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมยา เพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งบริหาร
	2571	<ul style="list-style-type: none"> ประเมินความพร้อมของผู้สืบทอดตำแหน่ง และจัดทำแผนการเปลี่ยนผ่านตำแหน่ง (Transition Plan) อย่างเป็นทางการสำหรับตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่และผู้บริหารระดับสูง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การลาออกของกลุ่มบุคลากรที่มีศักยภาพสูง (Talent Turnover) ระหว่างกระบวนการพัฒนา หรือผู้สืบทอดไม่สามารถพัฒนาศักยภาพได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

• ลักษณะความเสี่ยง

องค์กรพึ่งพากลุ่มผู้บริหารชุดปัจจุบันมากเกินไป (Key Man Risk) และการหาผู้บริหารระดับสูงจากภายนอกที่มีทั้งความรู้ด้านธุรกิจและเข้าใจข้อกำหนดที่ซับซ้อนของอุตสาหกรรมยาทำได้ยาก

• ผลกระทบความเสี่ยง

เกิดช่องว่างในการบริหารงาน (Leadership Vacuum) การขับเคลื่อนกลยุทธ์หยุดชะงัก และอาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ (Business Continuity)

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

จัดทำแผนรักษาบุคลากรหลัก (Retention Program) ด้วยค่าตอบแทนและเส้นทางอาชีพที่จูงใจ พร้อมทั้งเปิดกว้างในการสรรหาผู้บริหารมืออาชีพจากภายนอกเพื่อเสริมทัพในกรณีที่บุคลากรภายในยังไม่พร้อม

ส่วนที่ 3
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://investor.tmanpharmaceutical.com/storage/content/download/climate-change-report/climate-change-report-2025-th.pdf>



บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ รวมถึงรับจ้างผลิตและ/หรือจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาและผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพภายใต้แบรนด์ของบุคคลภายนอก ซึ่งสินค้าของกลุ่มบริษัท สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

- 1) ยาแผนปัจจุบัน
- 2) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 3) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง และ
- 4) ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ

บริษัท ที.แมน ฟาร์มาซูติคอล จำกัด (มหาชน) มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน รับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนดำเนินกิจกรรม องค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน (Global warming) บริษัทฯ จึงมีนโยบายการจัดทำรายงานการปล่อยและดูด ก๊าซเรือนกระจกตามมาตรฐาน ISO14064-1:2018 เพื่อประเมินการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือใน การคำนวณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดขึ้น อันนำไปสู่การกำหนดแนวทางบริหารจัดการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือน กระจกได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการเตรียมความพร้อมให้พนักงานเกิดความเข้าใจและสามารถรายงานปริมาณการ ปล่อยและดูดกลับก๊าซเรือนกระจกของ องค์กรได้ในอนาคต โดยบริษัทฯ ได้ดำเนินการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรตามมาตรฐาน ISO14064-1:2018 ซึ่งพิจารณา ขอบเขตขององค์กร (Organization boundary) ในลักษณะการควบคุมดำเนินการ (Operational Control) โดยก๊าซเรือน กระจกที่พิจารณา ได้แก่ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) มีเทน (CH4) ไนตรัสออกไซด์ (N2O) ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) เพอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF6) ไนโตรเจนไตรฟลูออไรด์ (NF3) โดย บริษัทฯ ขอรับรองผลใน หมวดหมู่ที่ 1-4 (Category 1-4) มีระดับของการรับรองแบบสมเหตุสมผล (Reasonable level of assurance) และ ระดับ ความมีสาระสำคัญ (Materiality threshold) ที่ร้อยละ 5 (5% Materiality)

เป้าหมาย

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

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

เป้าหมาย

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (% Reduction)		
	2568	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	8798.58	1	3	5

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดทำแผนงานและดำเนินงานลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก	2569	• เพิ่มการใช้พลังงานทดแทนที่สะอาด มาใช้ในกระบวนการมากขึ้น เช่น Solar cell
	2570	• นำเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่ลดการใช้พลังงานไฟฟ้า หรือเชื้อเพลิง • ลดการปล่อย carbon จากกระบวนการทำงาน เช่น การเลือกใช้ระบบทำความเย็นที่ใช้สารทำความเย็นที่มีค่า GWP อันส่งผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำลง
	2571	• นำเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาปรับปรุงการใช้พลังงานของกระบวนการผลิต เพื่อลดการใช้พลังงาน การกระบวนการผลิต

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : มูลค่าในการลงทุนเทคโนโลยีใหม่เพื่อทดแทนเทคโนโลยีเก่าที่ใช้งานยังไม่ถึงจุดคุ้มทุนสูง

• ลักษณะความเสี่ยง

ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ หรือล่าช้ากว่าแผน เนื่องจากงบประมาณมีจำกัด

• ผลกระทบความเสี่ยง

ดำเนินการได้ล่าช้ากว่าแผนที่วางไว้ หรือไม่สามารถ ลดปริมาณการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ตามเป้าหมาย

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

เลือกกลุ่มงานที่ต้องการปรับปรุงประสิทธิภาพในกลุ่มที่เป็นเทคโนโลยีเก่า ถึงจุดคุ้มทุนการใช้งาน และมีเทคโนโลยีใหม่ที่ลดการใช้พลังงานได้มากกว่าระบบเก่าอย่างมีนัยสำคัญ จากคู่ค้าที่ราคาเหมาะสม