

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เทคโนโลยีเมดิคัล จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2545 โดยกลุ่มครอบครัว จรรย์โรจน์บุตร ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 ล้านบาท เพื่อประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยบริษัทนำเข้าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์จากบริษัทผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ชั้นนำในต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายให้กับสถานพยาบาลในประเทศ ทั้งโรงพยาบาล รัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน ตลอดจนคลินิกและบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทย

เมื่อแรกจัดตั้งบริษัทมีสำนักงานพร้อมคลังสินค้า ตั้งอยู่บนถนนพระราม 9 เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจ ในปี 2550 บริษัทได้ย้ายสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 29 ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310 และมีสำนักงานสาขา (คลังสินค้า) ตั้งอยู่เลขที่ 11/17 หมู่ที่ 9 ถนนบางนาตราด (กม. 19) ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 และได้จัดตั้งโชว์รูมจึงได้จดทะเบียนสำนักงานสาขาเพิ่มเติม สำนักงานสาขา (โชว์รูม) ตั้งอยู่เลขที่ 39 อาคารจรรย์โรจน์บุตร ซอยลาดพร้าว 92 (ลมเย็น) ถนนลาดพร้าว แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310

บริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยในชื่อ ทีเอ็ม เนิร์สซิง แคร่ จำกัด เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2563 โดยมีทุนจดทะเบียนจำนวน 125 ล้านบาท บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80 ของบริษัทย่อย เพื่อดำเนินธุรกิจโครงการ Nursing Home และ Rehabilitation Hospital เพื่อใช้เป็นสถานที่รับดูแลผู้สูงอายุทุกภาวะและเป็นโรงพยาบาลเฉพาะทาง ธุรกิจ Nursing Home และ Rehabilitation เป็นการขยายธุรกิจไปสู่ธุรกิจการให้บริการ ซึ่งจะช่วยขยายฐานลูกค้าใหม่จากเดิมเป็นกลุ่มลูกค้าโรงพยาบาลส่วนใหญ่ไปสู่กลุ่มลูกค้าทั่วไปโดยเน้นกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ

1.1 วิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ

วิสัยทัศน์

มุ่งเน้นความเป็นเลิศทางด้านการจัดหาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล รวมถึงธุรกิจด้านการอภิบาลผู้สูงอายุและการแพทย์ พัฒนาขยายตลาดและธุรกิจให้มีความเติบโตและยั่งยืนในระยะยาวทั้งในประเทศและประเทศใกล้เคียง

พันธกิจ

1. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ด้วยราคาที่เหมาะสม พร้อมการบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ตามเวลา
2. ดำเนินธุรกิจด้านการอภิบาลผู้สูงอายุและด้านการแพทย์
3. ให้ความสำคัญในการติดตามข่าวสารด้านการแพทย์และความก้าวหน้าทางวิทยาการของเครื่องมือแพทย์ เพื่อสรรหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
4. ดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมแก่ผู้ลงทุนและพนักงานในองค์กร
5. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า เพื่อเป็นพันธมิตรที่ได้รับความไว้วางใจในระยะยาว
6. ส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความมั่นคงก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

7. เพื่อให้องค์กรเป็นธุรกิจระดับชาติ

เป้าหมายระยะยาวของบริษัทช่วงระยะเวลา 1-5 ปี

1. เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจัดจำหน่ายในปัจจุบันไปยังลูกค้าโรงพยาบาลต่าง ๆ ในประเทศให้มากขึ้น พร้อมทั้งขยายฐานลูกค้า
2. เพิ่มความหลากหลายให้แก่ผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทในแต่ละกลุ่มสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า "TM" ของบริษัท
4. ศึกษาโอกาสในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่ยังมีความต้องการด้านเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์
5. ขยายธุรกิจด้านเครื่องมือแพทย์และการบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

การติดตามการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปปฏิบัติ

คณะกรรมการให้ความสำคัญกับการพิจารณาบททวน วิสัยทัศน์ แผนธุรกิจของบริษัท เป็นประจำทุกปี ได้มีการติดตามดูแลให้มีการนำกลยุทธ์ของบริษัทไปปฏิบัติ ในการประชุมคณะกรรมการทุกไตรมาสคณะกรรมการได้ติดตามผลการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร โดยกำหนดให้มีการรายงานผลการดำเนินงานและผลประกอบการของบริษัทและแผนงานต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปตามกลยุทธ์และบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

1.2 การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ

บริษัท เทคโนโลยีคัล จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม 2545 โดยกลุ่มครอบครัว จวรโงบุตร เพื่อประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยบริษัทนำเข้าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์จากบริษัทผู้ผลิตที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ชั้นนำในต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายให้กับสถานพยาบาลในประเทศ ทั้งโรงพยาบาลรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน ตลอดจนคลินิกและบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทย

จากการเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยและเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการบริการและสินค้าที่จำเป็นในด้านดังกล่าว บริษัทได้ขยายธุรกิจด้านการอภิบาลผู้สูงอายุ โดยจัดตั้งบริษัทย่อย ทีเอ็ม เนิร์สซิ่ง แคร่ จำกัด เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2563 เพื่อใช้เป็นสถานที่รับดูแลผู้สูงอายุทุกภาวะและเป็นโรงพยาบาลเฉพาะทาง

นอกจากนี้ บริษัทได้จัดตั้งโชว์รูมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผู้สูงอายุ โดยมุ่งหวังให้เป็นศูนย์จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผู้สูงอายุครบวงจรที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งเป็นการค้าส่ง และค้าปลีก

ปัจจุบัน ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ในโลกออนไลน์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และการใช้งานอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นกิจกรรมหลักในชีวิตประจำวัน ผู้คนส่วนใหญ่มักใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต บริษัทเล็งเห็นโอกาสในการขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ในต้นปี 2563 บริษัทจึงได้ขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยการเปิดร้านค้า TM Care เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook Line@ เว็บไซต์ www.tmcare-shop.com โดยได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า

นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทในปี 2545 เป็นต้นมา บริษัทมีความเป็นมาและพัฒนาการที่สำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปี 2545	<ul style="list-style-type: none"> จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 ล้านบาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 10,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท โดยครอบครัวจรรโลงบุตร โดยนายแพทย์ ศุภพงษ์ จวรรโลงบุตร และนางสุนทรี จวรรโลงบุตร โดยมีสำนักงานพร้อมคลังสินค้า ตั้งอยู่บนถนนพระราม 9 กรุงเทพมหานคร เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับใช้ในห้องปฏิบัติการภายในโรงพยาบาลในประเทศ ผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่มแรกที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไทย (Exclusive Distributor) ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในห้องผ่าตัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Cardinal Health 200 LLC. ประเทศสหรัฐอเมริกา 2) กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในห้องปฏิบัติการและธนาคารเลือด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Eurotrol B.V. ประเทศเนเธอร์แลนด์ และบริษัท HemoCue AB ประเทศสวีเดน เพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้ว จาก 1 ล้านบาท เป็น 5 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 40,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมบางส่วนและผู้ถือหุ้นใหม่อีกบางส่วน
ปี 2547	<ul style="list-style-type: none"> ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในห้องผ่าตัดโดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Aspen Surgical Products, Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา
ปี 2549	<ul style="list-style-type: none"> เป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย (Thai Medical Device Technology Industry Association : THAIMED)
ปี 2550	<ul style="list-style-type: none"> ย้ายที่ตั้งสำนักงานใหญ่มายังสำนักงานปัจจุบันเลขที่ 29 ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310 เนื่องจากที่ตั้งสำนักงานเดิมไม่เพียงพอต่อการขยายธุรกิจของบริษัท
ปี 2552	<ul style="list-style-type: none"> ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่มใหม่ ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในหน่วยจ่ายกลางของโรงพยาบาล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Famos Medizintechnik Vertriebs GmbH ประเทศเยอรมนี 2) กลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์เฉพาะทางเกี่ยวกับการผ่าตัดหัวใจ และเครื่องมือผ่าตัดทั่วไป โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท GEISTER Medizintechnik GmbH ประเทศเยอรมนี ขยายการดำเนินงานโดยว่าจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศได้วันเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัท (OEM) ประเภทของบรรจุภัณฑ์สำหรับการทำให้ปราศจากเชื้อภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท คือ “TM Medipak”
ปี 2553	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วจาก 5 ล้านบาทเป็น 23 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 180,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิม เพื่อลงทุนในการตกแต่งและต่อเติมอาคารสำนักงานใหญ่ ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

	<ol style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในห้องผ่าตัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Pacific Hospital Supply Co., Ltd. ประเทศไต้หวัน และบริษัท Medikit Co., Ltd. ประเทศญี่ปุ่น 2) กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในหน่วยจ่ายกลางของโรงพยาบาล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท GOJO Industries, Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัท Whiteley Corporation Pty Ltd. ประเทศออสเตรเลีย บริษัท Besmed Health Business Corp. ประเทศไต้หวัน 3) กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในห้องปฏิบัติการและธนาคารเลือด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท MacoPharma ประเทศฝรั่งเศส และบริษัท Vitrex Medical A/S ประเทศเดนมาร์ก
ปี 2554	<ul style="list-style-type: none"> • ขยายการดำเนินงานโดยว่าจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไต้หวัน เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัท (OEM) ประเภทจุกปิดปลายวัสดุทางการแพทย์ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท คือ “TM Stericap” • ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ <ol style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในห้องผ่าตัด โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท HERSILL, S.L. ประเทศสเปน 2) กลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในหน่วยจ่ายกลางของโรงพยาบาล โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท SP Medikal San. Ltd. ประเทศตุรกี
ปี 2555	<ul style="list-style-type: none"> • ได้รับรางวัล Excellence in Trade Certificate ในระดับ Gold Award จาก U.S. Embassy, Bangkok
ปี 2558	<ul style="list-style-type: none"> • เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต บริษัทได้เช่าคลังสินค้าแห่งใหม่ตั้งอยู่ที่ตำบลบางโกล้ง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เนื้อที่ประมาณ 2,160 ตารางเมตร และย้ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดไปจัดเก็บที่คลังสินค้าใหม่แห่งนี้ • ขยายการดำเนินงานโดยการว่าจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศมาเลเซีย เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัท (OEM) ประเภทชุดสายยางสำหรับการผ่าตัดหัวใจของเด็กทารก เด็กเล็ก เด็กโต และผู้ใหญ่ ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท “TM Tubing Pack”
ปี 2559	<ul style="list-style-type: none"> • เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 100 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญเพิ่มทุนจำนวน 770,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท ในราคาเสนอขายหุ้นละ 100 บาท เสนอขายให้แก่ผู้ถือหุ้นเดิมตามสัดส่วนการถือหุ้น และเรียกชำระเต็มมูลค่า เพื่อใช้รองรับการขยายตัวของธุรกิจและเป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ • เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเพื่อเป็นการระดมทุนและเสนอขายหุ้นของบริษัทให้กับประชาชนเป็นครั้งแรก (Initial Public Offering: IPO) จำนวน 40 ล้านบาท โดยการออกหุ้นสามัญจำนวน 80,000,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.50 บาท • วันที่ 30 มีนาคม 2559 จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน) ทุนจดทะเบียนจำนวน 140 ล้านบาท และมีหุ้นที่ออกและชำระแล้วจำนวน 100 ล้านบาท

	<ul style="list-style-type: none"> วันที่ 31 สิงหาคม 2559 จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ขยายการดำเนินงาน <ol style="list-style-type: none"> ว่าจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศมาเลเซีย เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัท (OEM) ประเภทอุปกรณ์สายให้ยาหรือสารน้ำทางหลอดเลือดดำ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท “TM Extension Tubing” ประเภทอุปกรณ์ที่ใช้ในการปิดปลาย Syringe ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท “TM Red Cap” และว่าจ้างผู้ผลิตในประเทศไทยเพื่อผลิตเจลสำหรับทาหล่อลื่น “TM Sterile Gel” และเสื้อคลุมผ่าตัดชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง “TM Surgical Gown” ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์เฉพาะทางเกี่ยวกับการผ่าตัดหัวใจ และเครื่องมือผ่าตัดทั่วไป โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Mahe medical ประเทศไทย
ปี 2560	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มทุนจดทะเบียนของบริษัทเป็น 154 ล้านบาท แบ่งออกเป็นหุ้นสามัญจำนวน 308,000,000 หุ้น เพื่อรองรับการจ่ายหุ้นปันผลของบริษัท จัดกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ 1) กลุ่มอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง และ 2) กลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ ขยายการดำเนินงาน <ol style="list-style-type: none"> กลุ่มอุปกรณ์อุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Lily Medical Corporation ประเทศไต้หวัน ขยายการดำเนินงานโดยว่าจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไต้หวัน เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัท (OEM) ประเภทของบรรจุภัณฑ์สำหรับการทำหีปราศจากเชื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัท “TM Medipak” ได้รับรางวัล Highest Sales Achiever 2016/2017 จากบริษัท CardinalHealth เริ่มการก่อสร้างอาคารสำนักงานและโชว์รูมแสดงผลิตภัณฑ์แห่งใหม่ซึ่งติดกับสำนักงานปัจจุบันเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต
ปี 2561	<ul style="list-style-type: none"> ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Beijing Baixiang New Technology Co., Ltd. บริษัท Shenzhen Vivolight Medical Device & Technology Co., Ltd. ประเทศจีน บริษัท LJUNGBEG & KOGEL AB ประเทศสวีเดน บริษัท Hill-Rom, Inc. ประเทศสหรัฐอเมริกา และบริษัท Poly Medicure Ltd. ประเทศอินเดีย
ปี 2562	<ul style="list-style-type: none"> การก่อสร้างอาคารสำนักงานและโชว์รูมแสดงผลิตภัณฑ์แห่งใหม่ซึ่งติดกับสำนักงานปัจจุบันแล้วเสร็จ ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Tokyo Metal Create Co., Ltd. ประเทศไทย บริษัท NiGK Corporation ประเทศญี่ปุ่น บริษัท Thai Japan Medical Marketing Co., Ltd. ประเทศไทย บริษัท Bionics Co., Ltd. ประเทศเกาหลี บริษัท Lily Medical Corporation ประเทศไต้หวัน และบริษัท Lantex Medical Technology ประเทศจีน

	<ul style="list-style-type: none"> • ว่าจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศจีนเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัท (OEM) ประเภทเสื้อคลุมพลาสติกชนิดใช้ทั่วไป ภายใต้ชื่อสินค้าของบริษัท “TM CPE Gown”
ปี 2563	<ul style="list-style-type: none"> • จัดตั้งบริษัทย่อย ทีเอ็ม เนิร์สซิง แคร่ จำกัด เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2563 โดยมีทุนจดทะเบียนจำนวน 125 ล้านบาท บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80 ของบริษัทย่อย เพื่อดำเนินธุรกิจสถานที่รับดูแลผู้สูงอายุทุกภาวะและเป็นโรงพยาบาลเฉพาะทาง • เพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านร้านค้าออนไลน์ (Online Shopping) โดยการตั้งร้านค้า TM Care จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทาง Facebook Page, LINE@ และบนเว็บไซต์ www.tmcare-shop.com และ LAZADA ซึ่งเป็นช่องทางการค้าสินค้าออนไลน์อันดับต้น ๆ ของประเทศที่ได้รับความนิยมจากลูกค้า • ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Promised Hangzhou Meditech Co, Ltd. ประเทศจีน บริษัท Advance Medical Design, INC. ประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัท ME Medical AG ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ บริษัท Qingdao DMD Technology Co., Ltd. ประเทศจีน และบริษัท Sterylab S.r.l. ประเทศอิตาลี • ขยายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท Zoll Medical (Thailand) Ltd. ประเทศไทย • ว่าจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไทยเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้แก่บริษัท (OEM) ประเภทผ้าปูผ่าตัดแบบใช้แล้วทิ้ง ภายใต้ชื่อสินค้าของบริษัท “TM Drape” ประเภทข้อต่อสามทางชนิดปลอก๊อค “TM 3-way stopcock” ประเภทชุดอุปกรณ์เปิดหลอดเลือดดำส่วนกลาง “TM Central Line”

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยบริษัทนำเข้าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์จากบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ชั้นนำของโลก เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับสถานพยาบาลชั้นนำในประเทศ ทั้งโรงพยาบาลรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน คลินิก และบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทย เมื่อแรกก่อตั้งบริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์จากบริษัทผู้ผลิต 3 รายจากประเทศสหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และสวีเดน จนกระทั่งถึงปัจจุบัน บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์แบบ Exclusive Distributor หลากหลายยี่ห้อจากบริษัทผู้ผลิตกว่า 47 ราย จาก 19 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สวีเดน เยอรมนี ไต้หวัน ออสเตรเลีย เดนมาร์ก ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ตุรกี มาเลเซีย สเปน สิงคโปร์ จีน สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ อินเดีย เกาหลี เนเธอร์แลนด์ รวมถึงประเทศไทย

นอกจากนี้ บริษัทยังได้วางจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไต้หวัน มาเลเซีย จีน และประเทศไทย (Original Equipment Manufacturer : OEM) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัท ได้แก่

1. TM Medipak ขอบบรรจุเวชภัณฑ์สำหรับการทำให้ปราศจากเชื้อ
2. TM Stericap จุกปิดปลายวัสดุทางการแพทย์
3. TM Tubing Pack ชุดสายยางสำหรับการผ่าตัด
4. TM Red Cap อุปกรณ์ที่ใช้ในการปิดปลาย Syringe
5. TM Extension Tubing สายให้สารน้ำทางหลอดเลือดดำชนิดมีหัวล็อค
6. TM Sterile Gel เจลสำหรับทาหล่อลื่น
7. TM Surgical Gown เสื้อคลุมผ่าตัดชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง
8. TM CPE Gown เสื้อคลุมพลาสติกชนิดใช้ทั่วไป
9. TM Central Line ชุดอุปกรณ์เปิดหลอดเลือดดำส่วนกลาง
10. TM Drape ผ้าปูผ่าตัดแบบใช้แล้วทิ้ง
11. TM 3 way Stopcock ข้อต่อสามทาง ชนิดปลดล็อค

บริษัทได้จดทะเบียนสถานประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทยกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (อย.) โดยผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่บริษัทจำหน่าย เป็นเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและได้รับมาตรฐานสากล

ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. กลุ่มอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง
2. กลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์

1. กลุ่มอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง



อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับดูด
และเก็บสารคัดหลั่ง
(Suction Liners)



ถุงครอบสายไฟในหัตถการส่องกล้อง
ตรวจอวัยวะภายใน
(Camera Sleeves)



เข็มเจาะไขกระดูก
(Sterylab Bone Marrow)



หัวดูดสารคัดหลั่งสำหรับการผ่าตัดหัวใจ
(Cardiac Suction Tip)



หัวดูดสารคัดหลั่งสำหรับการผ่าตัดกระดูก
(Orthopedics Suction Tip)



เครื่องกำจัดขนอัตโนมัติ
(Surgical Clipper)



ปากกาสำหรับทำเครื่องหมายบริเวณผ่าตัด
(Surgical Skin Marker)



สายดูดสารคัดหลั่ง
(Tubing and Suction Handles)



อุปกรณ์รองรับของเหลวจากแผลผ่าตัด
(Silicone Bulb Reservoirs)



เสื้อคลุมผ่าตัด
(Surgical Gown)



ถุงมือยางธรรมชาติสำหรับตรวจโรค
(Disposable Gloves)



ถุงมือยางธรรมชาติ สำหรับผ่าตัด ชนิดไม่มีแป้ง
(Surgical Gloves)



อุปกรณ์เชื่อมต่อสำหรับให้สารน้ำ
แบบระบบปิด
(Needleless Connector)



อุปกรณ์เก็บสารคัดหลั่ง
(Macous Extractor)



จุกปิดปลายวัสดุทางการแพทย์
(TM Stericap)



ชุดควบคุมให้สารละลาย
ทางหลอดเลือดดำ
(Infusion set)



ซองบรรจุเวชภัณฑ์
สำหรับทำให้ปราศจากเชื้อ
(TM Medipak Roll)



เจลแอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือ
(Instant Hand Sanitizer)



สติ๊กเกอร์สำหรับบ่งบอกสถานะ
การทำให้ปราศจากเชื้อ
(Contact Label)



สติ๊กเกอร์และปืนยิงสำหรับติด
เพื่อบ่งบอกสถานะการทำให้ปราศจากเชื้อ
(Label Gun)



สบู่ล้างมือชนิดโฟม
(Mild Foam Hand Wash)



เครื่องปิดผนึกของบรรจุภัณฑ์ด้วยความร้อน
(Heat Sealer)



น้ำยาขจัดคราบไบโอฟิล์ม
(Biofilm Removal)



อุปกรณ์สำหรับหนีบเส้นเลือด
ในการผ่าตัดศัลยกรรมทั่วไป
(Clip)



สเปรย์เคลือบและหล่อลื่นเครื่องมือแพทย์
(Neodisher IP Spray)



แผ่นเช็ดทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค
(V-Wipes)



น้ำยาทำลายเชื้อระดับสูง
(Opal)



สเปรย์โฟมสำหรับฉีดพ่นหลังการใช้งาน
(Prestop)



น้ำยาทำความสะอาดเครื่องมือแพทย์
(Medizym)



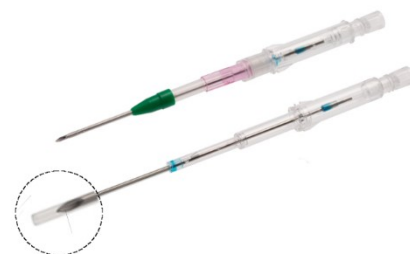
อุปกรณ์สำหรับตรวจประสิทธิภาพในการไล่อากาศ
และการรั่วไหลของอากาศ
(Bowie-dick type Test Pack)



เสื้อกาวน์พลาสติก
(Plastic Gown)



เครื่องตรวจวัดค่าฮีโมโกลบินในเลือด
(HemoCue)



เข็มฟอกเลือดที่ช่วยลดความเสียหาย
ของหลอดเลือด
(Hemodialysis Fistula Catheter)



น้ำยาควบคุมคุณภาพสำหรับ
ใช้วิเคราะห์คุณภาพของ
ฮีโมโกลบิน
(Liquid Control)



เครื่องตรวจความเข้มข้นของเลือด
(HemoCue Hb 201)



ครีมทำความสะอาดผิวหนัง
และคืนความชุ่มชื้น แบบไม่ต้องล้างออก
(Remois Clean)



ถุงเก็บปัสสาวะอุจจาระทางหน้าท้อง
(Digestive System Applicance)



วัสดุปิดแผล
(Si Aid)



ถุงเก็บเกล็ดเลือดเข้มข้น
(Platelet Storage)



ตาข่ายคลุมแผลเคลือบซิลิโคน
(SI-Mesh)



เข็มเจาะปลายนิ้วแบบใช้ครั้งเดียว
(Safety Lancet)



ผ้ายืดตาข่ายคลุมแผล
(Elastic tubular net bandage)



สายดูดเสมหะระบบปิด
(Closed Suction)



เครื่องมือตัดต่อลำไส้
(Circular Stapler)

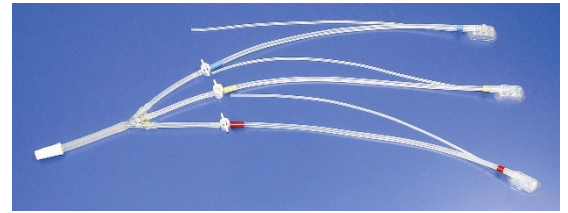


เครื่องตัดและเย็บกระเพาะอาหารและลำไส้
(Linear Cutter Stapler)

2. กลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์



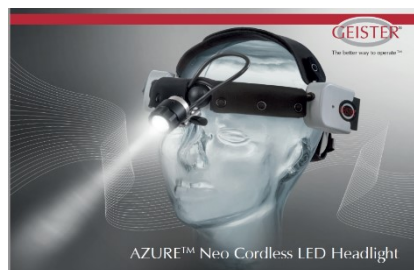
เครื่องมือผ่าตัด
(Surgical Instruments)



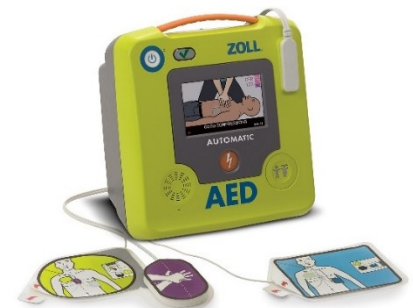
อุปกรณ์ยกหัวใจระหว่างผ่าตัด
(Tentacles)



อุปกรณ์สำหรับเลื่อยกระดูก
(Sternum Saws)



โคมไฟสวมศีรษะสำหรับงานผ่าตัด
(Neo Cordless LED Headlight)



เครื่องกระตุกหัวใจอัตโนมัติ
(Automated External Defibrillator)



เครื่องควบคุมการให้อาหารอัตโนมัติ
(Compat Ella Pump)



เครื่องส่องเส้นเลือด
(Projection vein Finder)



การได้รับแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์แบบ Exclusive Distributor

ปัจจุบันบริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยได้รับสิทธิเป็นตัวแทนจำหน่ายแบบ Exclusive Distributor จากผู้ผลิตทั้งหมดกว่า 47 ราย จากหลากหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สวีเดน เดนมาร์ก ออสเตรเลีย บริษัทมุ่งเน้นที่จะรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนถึงความร่วมมือระหว่างกันระหว่างบริษัทและบริษัทผู้ผลิตในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

แบรนด์สินค้าของผู้ผลิต	ประเทศผู้ผลิต
Cardinal Health 200, LLC	USA
Eurotrol B.V.	Netherlands
HemoCue AB	Sweden
Aspen Surgical Products Inc.	USA
Famos Medizintechnik Vertriebs Gmbh	Germany
Geister Medizintechnik Gmbh	Germany
Sigma Medical Suppliers Corporation	Taiwan
Besmed Health Business Corp.	Taiwan
Whiteley Corporation Pty Ltd.	Australia
Gojo Industries, Inc	USA
Vitrex Medical A/S	Denmark
Medikit Co., Ltd.	Japan
MacoPharmma S.A.S	France
Pacific Hospital Supply Co., Ltd. (PAHSCO)	Taiwan
SP Medikal San Ltd.	Turkey
Welford Manufacturing (M) Sdn. Bhd.	Malaysia
Hersill, S.L.	Spain
Cair LGL	France
Hanshin Medical Co., Ltd.	Korea
Mahe Medical Co., Ltd.	Thailand
Lily Medical Corporation	Taiwan
TOZAI BOEKI KAISHA (Thailand) Ltd.	Thailand
Medvance (Thailand) Ltd.	Thailand
Sterileright Packaging MEF Inc.	Taiwan
BenQ Medical Technology Corporation	Taiwan
Hill-Rom, Inc.	USA
Beijing Baixiang New Technology Co., Ltd.	China
Top Medical (2015) Co., Ltd.	Thailand

แบรนด์สินค้าของผู้ผลิต	ประเทศผู้ผลิต
Poly Medicure Ltd.	India
Asia Industry Co., Ltd.	Thailand
LJUNGBERG & KOGE AB	Sweden
Shenzhen Vivolight Medical Devices & Technology Co., Ltd.	China
NiGK Corporation	Japan
Guangdong Baihe Medical Technology Co., Ltd.	China
Med-Con Thailand Co., Ltd.	Thailand
Bionics Co., Ltd.	Korea
Chem Tech Healthcare Co., Ltd.	Thailand
Tokyo Metal Create Co., Ltd.	Thailand
Thai Japan Medical Marketing Co., Ltd.	Thailand
Lantex Medical Technology	China
Sword Wuhan	China
Promised Hangzhou Meditech Co., Ltd.	China
Advance Medical Design, INC	USA
Zoll Medical (Thailand) Ltd	Thailand
ME Medical AG	Switzerland
Qingdao DMD Medical Technology Co., Ltd.	China
Sterylab S.r.l.	Italy

ลักษณะลูกค้าและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้กับสถานพยาบาลชั้นนำในประเทศ ทั้งโรงพยาบาล รัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน คลินิก และบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทย โดยแบ่งประเภทลูกค้าออกเป็น 4 ประเภท แยกตามลักษณะของลูกค้า ดังนี้

1. โรงพยาบาลรัฐบาล และศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติสภากาชาดไทย

เป็นลูกค้าโรงพยาบาลรัฐบาลทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด รวมถึงศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติสภากาชาดไทย ในปัจจุบันบริษัทมีฐานลูกค้ากว่า 691 ราย เช่น โรงพยาบาลราชวิถี โรงพยาบาลสุราษฎร์ธานี ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย โรงพยาบาลรามารักษ์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลลำปาง คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นต้น ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าหลักของบริษัทซึ่งมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก มีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง และลูกค้าของบริษัทเป็นระยะเวลายาวนาน

การจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้กับโรงพยาบาลรัฐบาลเป็นไปตามขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 โดยมีวิธีการจัดซื้อจัดจ้างกระทำได้ 3 วิธีคือ 1) วิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป 2) วิธีคัดเลือก 3) วิธีเฉพาะเจาะจง

บริษัททำการจัดซื้อจัดจ้างผ่านวิธีประกาศเชิญชวนทั่วไป ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ e-bidding วงเงิน 500,000 บาท และวิธีสอบราคาซึ่งมีวงเงินเกิน 500,000 บาท แต่ไม่เกิน 5,000,000 บาท

2. โรงพยาบาลเอกชน

เป็นลูกค้าโรงพยาบาลเอกชนทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ซึ่งบริษัทมีฐานลูกค้ากว่า 273 รายในปัจจุบัน เช่น เครือโรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลพระราม 9 กลุ่มโรงพยาบาลจุฬารัตน์ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ เครือโรงพยาบาล พญาไท โรงพยาบาลวิภาวดี โรงพยาบาลเวชธานี โรงพยาบาลเพชรเวช โรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลไทยนครินทร์ โรงพยาบาลศรีสวรรค์ เป็นต้น

การจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ให้กับโรงพยาบาลเอกชนจะนำส่งไปสั่งซื้อตามระเบียบของโรงพยาบาลนั้น ๆ

3. คลินิกและบุคลากรทางการแพทย์

เป็นลูกค้าคลินิก สถาบันการแพทย์ และบุคลากรทางการแพทย์ ปัจจุบันมีฐานลูกค้ากว่า 371 ราย บริษัทจะมีการเสนอราคาไปยังลูกค้าดังกล่าว ซึ่งก็จะได้รับใบสั่งซื้อ หรือลูกค้ามีการติดต่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทโดยตรงก็มี

4. ลูกค้าทั่วไป

เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงลูกค้าโดยตรงและกว้างขวางมากขึ้น ในต้นปี 2563 บริษัทได้เปิดร้านค้า TM Care ซึ่งเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook Page, Line@ และบนเว็บไซต์ www.tmcare-shop.com รวมถึง Lazada เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงช่องทางการจำหน่ายในทุกช่องทางการสื่อสารของบริษัท โดยที่ผ่านมามีการตอบรับเป็นอย่างดี ลูกค้าจำนวนเกินกว่าครึ่งมีการซื้อสินค้าซ้ำ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย เช่น เจล แอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือ แผ่นเช็ดทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค หน้ากากอนามัยทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์เช็ดทำความสะอาดร่างกายโดยไม่ต้องใช้น้ำล้างออกชนิดฟองโฟม ผ้าอ้อมผู้ใหญ่แบบกางเกง แผ่นเสริมซึมซับสำหรับผ้าอ้อมแบบกางเกง บริษัทจะคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นในร้านค้าออนไลน์ของบริษัท

การตลาดและการแข่งขัน

นโยบายการแข่งขันและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

บริษัทมีนโยบายในการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล มีความปลอดภัย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และความเป็นอยู่ที่ดี จึงได้รับความเชื่อถือเป็นที่ยอมรับของลูกค้า บริษัทกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ

• มาตรฐานผลิตภัณฑ์

บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เน้นจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ ได้รับมาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับในวงกว้างของสาธารณชนทั่วไป ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของบริษัทนำเข้าจากบริษัทผู้ผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ชั้นนำที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต เช่น ระบบมาตรฐานการผลิตเครื่องมือแพทย์ (Good Manufacturing Practice : GMP) และระบบการบริหารจัดการคุณภาพอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ (Quality Management System) เช่น ISO13485 : 2003 รวมถึงผ่านการรับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (อย.) บริษัทได้รับหนังสือรับรองการขายและหนังสือรับรองระบบคุณภาพการผลิต ซึ่งออกโดย

หน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน (Certified Body) ที่ทางราชการของประเทศผู้ผลิตรับรอง และผ่านการตรวจสอบจาก คณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (อย.) ตามพระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551

- **การจัดส่งผลิตภัณฑ์**

บริษัทให้ความสำคัญในการควบคุมและจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลา โดยบริษัทมีรถขนส่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทเอง แบ่งเขตการขนส่งอย่างเป็นระบบครอบคลุมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และมีผู้ค้าด้านการขนส่งที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นที่ยอมรับบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ในเขตภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วทั้งประเทศไทย ส่งผลให้สามารถจัดส่งและส่งมอบผลิตภัณฑ์ถึงลูกค้าได้ตามกำหนดเวลา โดยผลิตภัณฑ์อยู่ในสภาพสมบูรณ์ไม่เสียหายหรือชำรุด

- **การบริการหลังการขาย**

บริษัทให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายโดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์บริหารจัดการใช้งานผลิตภัณฑ์ การติดตั้งผลิตภัณฑ์ให้ใช้งานได้อย่างถูกต้อง ตลอดจนการให้คำแนะนำและให้บริการดูแลหลังการขายแก่ลูกค้า เช่น การให้บริการดูแลรักษาการใช้งานตามกำหนดเวลาเพื่อให้สามารถใช้งานได้ตามปกติ หรือการซ่อมแซมเมื่อเกิดการบกพร่องในการใช้งาน

- **การจัดการผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มเฉพาะทางมากยิ่งขึ้น**

บริษัทมีนโยบายขยายการจัดจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในกลุ่มที่บริษัทจำหน่ายอยู่เดิมให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยมุ่งเน้นขยายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมการผลิตใหม่ ๆ และยังไม่เคยมีผู้นำเข้าจำหน่ายในประเทศไทย โดยคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้งานเป็นหลัก

ปัจจุบันบริษัทได้รับการติดต่อจากบริษัทผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ต่าง ๆ หลายรายทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเสนอให้บริษัทเป็นผู้แทนจำหน่าย บริษัทมีหลักการในการคัดสรรผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเป็นที่เชื่อถือได้เป็นสำคัญ

- **นโยบายการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์**

บริษัทให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย โดยมีการรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายว่าผลิตภัณฑ์เป็นของแท้ ของใหม่ ไม่เคยผ่านการใช้งานมาก่อน และไม่ใช่วินิจฉัยเก่าเก็บ ซึ่งจะมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ก่อนการส่งมอบให้ลูกค้า เพื่อรับรองว่าผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายมีคุณภาพไม่ต่ำกว่ามาตรฐานที่กำหนด

สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ เช่น กล้องส่องเครื่องมือผ่าตัด ทางบริษัทมีการรับประกันความชำรุดบกพร่องของผลิตภัณฑ์เป็นระยะเวลา 1 ปี ภายหลังจากติดตั้ง โดยภายในกำหนดเวลาประกันดังกล่าวหากผลิตภัณฑ์เกิดชำรุดบกพร่องหรือขัดข้องอันเนื่องมาจากการใช้งานตามปกติ ทางบริษัทมีบริการซ่อมแซมผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งบริษัทมีทีมวิศวกรเครื่องมือแพทย์ซึ่งผ่านการอบรมวิธีการใช้งานและซ่อมบำรุงอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์เฉพาะทาง ในขณะเดียวกัน หากผลิตภัณฑ์ที่รับประกันเกิดชำรุดบกพร่องหรือขัดข้องในช่วงเวลาประกัน ทางบริษัทสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปเคลมต่อกับผู้ผลิตได้อีกต่อหนึ่ง

- **พัฒนาคุณภาพและบริการในทุก ๆ ด้าน**

บริษัทมีนโยบายการพัฒนาคุณภาพในทุก ๆ ด้าน ภายใต้อิทธิพลของปรัชญา “คุณภาพ และบริการ คืองานของเรา” (“Quality and Service are Our Main Concerns”) ตั้งแต่ขั้นตอนการจัดหาผลิตภัณฑ์ การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้า มีระบบบริหารจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ การบริการขนส่งผลิตภัณฑ์ที่รวดเร็วและทันเวลา การบริการติดตั้งอุปกรณ์และการสาธิตวิธีการใช้งานโดยทีมผู้เชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตลอดจนการให้บริการหลังการขาย

• ขยายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า TM

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน บริษัทได้จัดหาผู้รับจ้างผลิตสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่บริษัทกำหนด เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์และสนองความต้องการของลูกค้า โดยปัจจุบันบริษัทมีผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า TM อยู่จำนวน 11 ผลิตภัณฑ์ บริษัทได้จัดตั้งแผนกวิจัย พัฒนา และออกแบบ ขึ้นเพื่อขยายผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า TM ให้มากขึ้น

• การประเมินความพึงพอใจ

บริษัทให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท บริษัทจะดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าโดยทำการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มลูกค้า เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของบริษัท โดยในปี 2563 บริษัทได้ทำการสำรวจความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้า 50 ราย ซึ่งมีหัวข้อการประเมิน ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การบริการ การจัดส่งสินค้า

ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจ
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	61.52%	38.48%	-
การบริการ	62.87%	34.31%	2.82%
การจัดส่งสินค้า	49.04%	48.08%	2.88%

2) ด้านการขาย

บริษัทมีนโยบายการกำหนดราคาขายตามต้นทุนของผลิตภัณฑ์บวกด้วยอัตรากำไรที่เหมาะสม หรือวิธีการบวกส่วนเพิ่มจากต้นทุน (Cost Plus Pricing) พิจารณาปรับราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนราคาผลิตภัณฑ์ ตามภาวะการแข่งขันหรือตามสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทมีการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับสถาบันการเงิน (Forward Contract) เพื่อลดความเสี่ยงด้านความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตในต่างประเทศ

บริษัทรักษาและมุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาว จัดให้มีหน่วยงานรับซื้อร้องเรียน มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ นอกจากนี้จัดให้มีนโยบายการให้ส่วนลดหรือการส่งเสริมการขายอื่น ๆ แก่ลูกค้า โดยพิจารณาประกอบกับมูลค่าที่ลูกค้าสั่งซื้อ พฤติกรรมการสั่งซื้อของลูกค้า และประวัติการชำระเงินของลูกค้าในอดีต บริษัทกำหนดให้มีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าตามนโยบายและอำนาจการอนุมัติตามที่บริษัทกำหนดไว้ ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายการแข่งขันด้านราคาหรือตัดราคาขายเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น แต่จะมุ่งเน้นในเรื่องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ได้มาตรฐานเป็นสำคัญ

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์เป็นการดำเนินการผ่านพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพของบริษัท พนักงานขายทำหน้าที่ในการประสานงานการติดต่อซื้อขายระหว่างบริษัทกับลูกค้า สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อขยายตลาดในฐานะลูกค้าเดิมไว้ และฐานลูกค้ารายใหม่ให้กับบริษัททั้งผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเน้นโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในประเทศ บริษัทมีการแบ่งทีมขายแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและมีลักษณะการใช้งานของเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่แตกต่างกัน และ

แยกตามประเภทลูกค้าที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคที่แตกต่างกัน (กรุงเทพฯ และปริมณฑล และต่างจังหวัด) พนักงานขายของบริษัทจะมีประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า มีความเชี่ยวชาญในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำและนำเสนอวิธีการใช้งานที่ถูกต้องให้แก่ลูกค้าได้ ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่าย

ด้วยพนักงานขายถือเป็นช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรทางการขายเพื่อเพิ่มความรู้และความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ บริษัทจัดให้มีการอบรมหรือสัมมนาวิชาการเพื่อเรียนรู้วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอไม่ว่าจะเป็นการอบรมภายในโดยผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ของบริษัทเอง หรือบริษัทผู้ผลิตส่งเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์มาให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น จัดให้พนักงานขายได้เข้าร่วมงาน Distributor Training ที่จัดโดยบริษัทผู้ผลิต ทั้งนี้เพื่อให้บุคลากรของบริษัทมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์ (Product Knowledge) เป็นอย่างดี

ในต้นปี 2563 บริษัทได้ขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงลูกค้าโดยตรงและกว้างขวางมากขึ้น โดยเปิดร้านค้า TM Care ซึ่งเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ Facebook Page – TM Care Shop Line@ – @tmcareshop และบนเว็บไซต์ www.tmcare-shop.com นับแต่การเปิดร้านค้าออนไลน์ก็ได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ บริษัทจะคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้นในร้านค้าออนไลน์ของบริษัท

นอกจากการขายผลิตภัณฑ์ทางช่องทางออนไลน์แล้ว เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการขายจากการขยายธุรกิจ บริษัทได้ขยายฐานตลาดเดิมไปสู่ตลาดลูกค้าทั่วไป โดยการเปิดโชว์รูมแสดงสินค้าบางส่วนเพื่อจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับผู้สูงอายุให้ครบวงจรและทันสมัยตามความต้องการของตลาดที่มีเพิ่มมากขึ้น และตอบสนองต่อการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย

4) ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

บริษัทให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายและโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาบริษัทมีกิจกรรมทางการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรทางการแพทย์ได้รับทราบถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่าย นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากบริษัทผู้ผลิต

การจัดงานสัมมนาความรู้เชิงวิชาการ และการออกบูธในการประชุมเชิงวิชาการ ซึ่งจัดขึ้นสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการแพทย์เป็นช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรในวงการแพทย์ได้รู้จักผลิตภัณฑ์วิธีการใช้งาน และมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่ทางบริษัทจัดจำหน่าย อีกทั้งเป็นช่องทางที่บริษัทสามารถสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าที่นำมาประกอบกลยุทธ์ด้านการตลาดได้

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 บริษัทตระหนักถึงความสำคัญและมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดมิให้เกิดกับพนักงานและบริษัท อันเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายทางธุรกิจบริษัทได้ จึงได้ลดการเข้าร่วมการออกบูธในการประชุมเชิงวิชาการ ในปี 2563 อย่างไรก็ตาม ได้เข้าร่วมการออกบูธในการประชุมเชิงวิชาการ ดังนี้

1. การประชุมวิชาการประจำปี 2563 ชมรมพยาบาลแผล ออสโตมี และควบคุมการขับถ่ายร่วมกับฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลธรรมศาสตร์เฉลิมพระเกียรติ ในหัวข้อ “WOCN Moving Forward in the Disruptive Era” (พยาบาลแผล ออสโตมี และควบคุมการขับถ่ายก้าวไปข้างหน้า สู่อุคโลกพลิกผัน) ณ โรงแรมปรี๊นท์ พาเลซ กรุงเทพฯ

2. การประชุมวิชาการ “Development in Transfusion Medicine 2020” โดยคณะกรรมการพัฒนาระบบงานธนาคารเลือด เขตสุขภาพที่ 12 ณ ห้องประชุมกลุ่มงานเทคนิคการแพทย์ โรงพยาบาลศูนย์ยะลา จ.ยะลา
3. โครงการประชุมวิชาการธนาคารเลือดประจำปี 2021 “Best Practice in Blood transfusion service” โดยธนาคารเลือดและเวชศาสตร์บริการโลหิต โรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น หนังสือและวารสารต่างๆ เพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท สร้างการรับรู้ (Brand Recognition) และจดจำ (Brand Awareness) ต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้ทดลองใช้จริงในกลุ่มอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การโฆษณาประชาสัมพันธ์เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ของบริษัทจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขและได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (อย.) ด้วย

5) ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (Warehouse Management)

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารสินค้าคงคลังของบริษัทเป็นอย่างมาก โดยได้พัฒนาระบบควบคุมการบริหารสินค้าคงคลัง (Warehouse Management System) ทำให้บริษัทสามารถพัฒนาการบริหารสินค้าคงคลังได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบปริมาณคงเหลือของสินค้าคงคลังได้ตลอดเวลา (Real Time) และสามารถใช้ระบบในการควบคุมการเบิกจ่ายแทนการใช้นุ้คลากร อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนในการใช้นุ้คลากรในการจัดการสินค้าคงคลัง การลดความเสี่ยงด้านการขายและเบิกผลิตภัณฑ์ที่อาจไม่สัมพันธ์กัน และเป็นประโยชน์ในการบริหารสินค้าคงคลังที่มีอายุการเก็บรักษาเพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์เสื่อมสภาพหรือล้าสมัย ตลอดจนเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ทั้งนี้ การบริหารสินค้าคงคลัง ประเภทเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ของบริษัทจะใช้นโยบายผลิตภัณฑ์ใดที่จะหมดอายุก่อนจะถูกจำหน่ายออกไปก่อน เพื่อลดความเสียหายจากสินค้าหมดอายุและไม่เกิดการสูญเสีย หรือนโยบายการบริหารสินค้าคงคลังแบบ FEFO (First Expired, First Out) ซึ่งบริษัทได้เริ่มใช้งานระบบการบริหารสินค้าคงคลัง (Warehouse Management System) อย่างเป็นทางการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2559 เป็นต้นมา

โครงสร้างรายได้ของบริษัท

กลุ่มผลิตภัณฑ์	ปี 2563		ปี 2562		ปี 2561	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
1. กลุ่มอุปกรณ์และวัสดุสิ้นเปลือง	573.31	90.88	630.86	91.96	544.22	84.53
2. กลุ่มอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์	57.56	9.12	55.12	8.04	99.63	15.47
รวมรายได้จากการขาย	630.87	100.00	685.98	100.00	643.85	100.00

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ไทย ปัจจุบันอยู่ภายใต้ พ.ร.บ. เครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551 โดยมีกองควบคุมเครื่องมือแพทย์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นหน่วยงานในการกำกับ ดูแล และรับผิดชอบในการออกใบอนุญาตการผลิต/จำหน่าย/นำเข้าเครื่องมือแพทย์ที่ได้มาตรฐานตามที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กำหนด

จากข้อมูลกองควบคุมเครื่องมือแพทย์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการเครื่องมือแพทย์ที่จดทะเบียนเป็นสถานประกอบการ (ข้อมูลหลังสิงหาคม 2560) จำนวนรวม 3,442 ราย โดยแยกประเภทเป็นสถานประกอบการผลิตเครื่องมือแพทย์จำนวน 528 ราย และสถานประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์จำนวน 2,914 ราย แม้ว่าไทยจะมีผู้ผลิตเครื่องมือทางการแพทย์เป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตไม่ซับซ้อนมากนัก ส่งผลให้เทคโนโลยีในการผลิตเครื่องมือแพทย์ของไทยยังไม่ทัดเทียมกับผู้ผลิตในต่างประเทศ และเนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่ผลิตเครื่องมือแพทย์ที่ไม่ซับซ้อนมากนัก ทำให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใกล้เคียงกัน

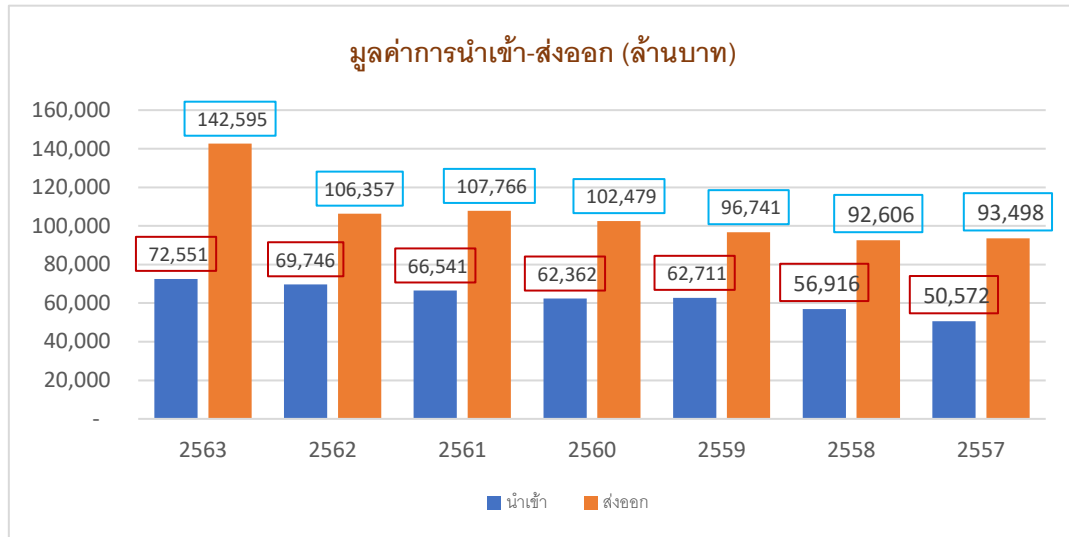
เครื่องมือแพทย์สามารถจำแนกตามลักษณะการใช้งานได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. วัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ คือวัสดุทางการแพทย์ที่ใช้ในการรักษาพยาบาลทั่วไป เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วหมดไป แปรสภาพ หรือไม่คงสภาพเดิม เช่น ถุงมือตรวจโรค ถุงมือยาง หลอดสวน หลอดฉีดยา เข็มฉีดยา สายยาง อุปกรณ์และเครื่องใช้อื่นๆ ทางทันตกรรม
2. ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ เป็นเครื่องมือทางการแพทย์ที่มีลักษณะคงทนถาวร มีอายุการใช้งานไม่ต่ำกว่า 1 ปี ครอบคลุมตั้งแต่เครื่องมือที่ไม่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น ชุดปฐมพยาบาลเช่น รถเข็นผู้ป่วย เตียงคนไข้ รวมไปถึงอุปกรณ์และเครื่องใช้ในทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ เช่น เครื่องมือทางศัลยกรรม ทันตกรรม เครื่องวินิจฉัยโรคด้วยไฟฟ้า เครื่องเอกซเรย์
3. น้ำยาและชุดวินิจฉัยโรค คือ เครื่องมืออุปกรณ์ในการวินิจฉัยโรค รวมถึงน้ำยาเคมีที่ใช้สำหรับเตรียมหรือเก็บตัวอย่างจากร่างกาย เช่น น้ำยาล้างไต ชุดตรวจการติดเชื้อ HIV

สถานะการค้าและการตลาด

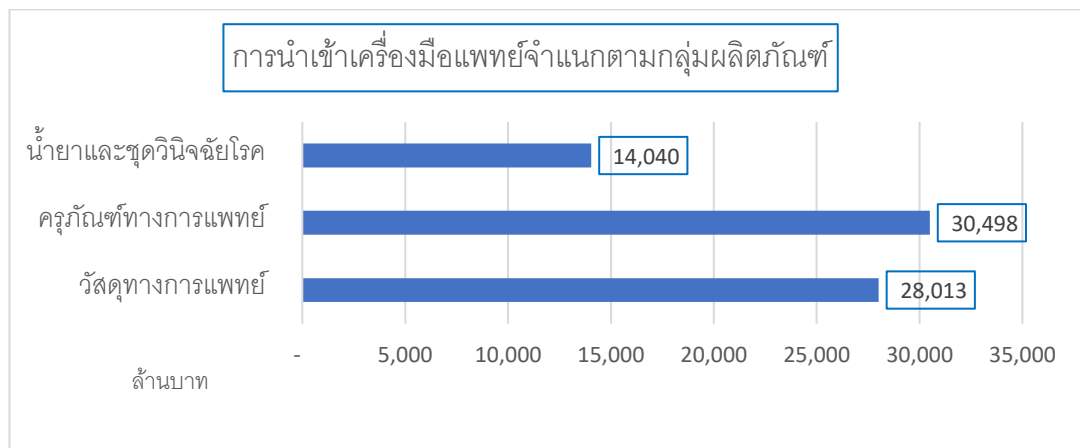
จากสถิติการนำเข้าและส่งออกของตลาดอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ไทย จากตั้งแต่ปี 2557-2563 พบว่ามีการขยายตัวได้ดีเพิ่มขึ้นทุกปี

ในปี 2563 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกเครื่องมือแพทย์ไทยมีมูลค่ารวม 215,147.28 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2562 ที่มีมูลค่า 176,089.04 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.18 การนำเข้าเครื่องมือแพทย์ในปี 2563 ขยายตัวร้อยละ 4.04 คิดเป็นมูลค่า 2,819.33 ล้านบาท การส่งออกเครื่องมือแพทย์ในปี 2563 ขยายตัวร้อยละ 34.07 คิดเป็นมูลค่า 36,238.91 ล้านบาท สะท้อนให้เห็นว่าสินค้าทางการแพทย์มีความต้องการจากผู้บริโภคสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มการขยายตัวที่ดี ประกอบกับการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ทำให้ความต้องการอุปกรณ์และวัสดุทางการแพทย์เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด



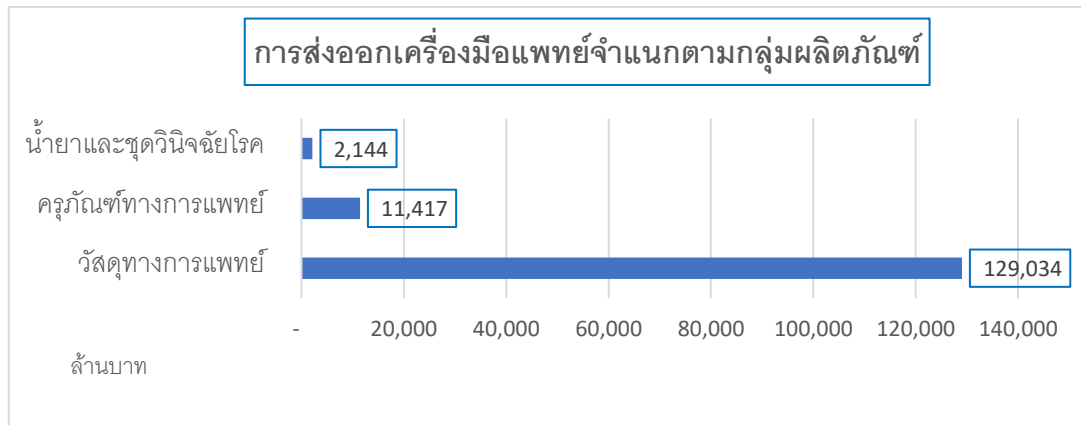
ที่มา: Medical Device Intelligence (MeDIU)

ในปี 2563 ประเทศไทยนำเข้าเครื่องมือแพทย์มีมูลค่ารวม 72,551 ล้านบาท โดยผลิตภัณฑ์ที่ไทยนำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นครุภัณฑ์ทางการแพทย์มูลค่า 30,498 ล้านบาท วัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์มูลค่า 28,013 ล้านบาท และ น้ำยาและชุดวินิจฉัยโรคมูลค่า 14,040 ล้านบาท ประเทศคู่ค้าที่ไทยนำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์มากที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา รองลงมาได้แก่ จีน เยอรมนี ญี่ปุ่น



ที่มา: Medical Device Intelligence (MeDIU)

ในปี 2563 ประเทศไทยส่งออกเครื่องมือแพทย์มีมูลค่ารวม 142,595 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.07 โดยผลิตภัณฑ์ที่ไทยผลิตเพื่อส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ ซึ่งมีมูลค่า 129,033 ล้านบาท ครุภัณฑ์ทางการแพทย์มูลค่า 11,417 ล้านบาท และ น้ำยาและชุดวินิจฉัยโรคประเทศมูลค่า 2,114 ล้านบาท คู่ค้าที่ไทยส่งออกเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์มากที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ เยอรมนี

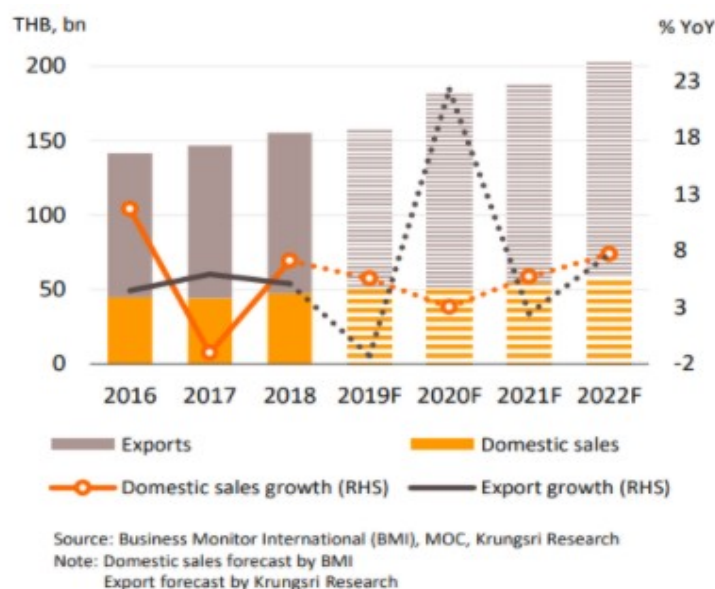


ที่มา: Medical Device Intelligence (MeDIU)

แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ประเทศไทย ปี 2563 - 2565

(ที่มา RIVERPLUS SUCCESS INDUSTRIAL SOLUTIONS / วิจัยกรุงศรี กุมภาพันธ์ 2561 / Thailand's MICE Industry Report โดย TCEB / ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน เมษายน 2562)

ปี 2563 คาดว่ามูลค่าการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ในประเทศจะเติบโตร้อยละ 3 ซึ่งเป็นอัตราต่ำสุดในรอบ 4 ปี โดยกลุ่มวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์จะเติบโตได้ต่อเนื่อง จากความต้องการใช้อุปกรณ์เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัส Covid-19 อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีมูลค่าไม่สูงนัก ขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงอย่าง กลุ่มครุภัณฑ์ทางการแพทย์ได้รับผลกระทบจากจำนวนผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลที่มีแนวโน้มลดลงต่อสถานการณ์การแพร่เชื้อโดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 2 มูลค่าการส่งออกคาดว่าจะเติบโตร้อยละ 20 – 24 จากความต้องการผลิตภัณฑ์ในกลุ่มวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์และกลุ่มน้ำยาและชุดวินิจฉัยโรค



ปี 2564 – 2565 คาดว่ามูลค่าการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ในประเทศจะเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี ขณะที่มูลค่าการส่งออกจะเฉลี่ยที่ร้อยละ 5 ต่อปี อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี เนื่องจากมีปัจจัยหนุนทั้งจากภาครัฐ และการเติบโตด้านอุปสงค์ และอุปทาน ดังนี้

1. นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐในการให้สิทธิพิเศษการลงทุนกับธุรกิจอุปกรณ์การแพทย์ ส่งเสริม และผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ภายในปี 2568 ผ่านสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีกับนักลงทุน นอกจากนี้ อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ยังอยู่ในอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ (New S-Curve) ของภาครัฐที่มีแผนสนับสนุนการลงทุน ภายใต้ “อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร” ตามนโยบาย 4.0

การส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรประกอบไปด้วย 3 อุตสาหกรรมย่อย ได้แก่ การให้บริการทางการแพทย์สมัยใหม่ การวิจัยและผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ และการวิจัยยา-ผลิตภัณฑ์ชีวเวชภัณฑ์ จะส่งผลให้พื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เป็นฐานการผลิตสำคัญของเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ นอกจากนั้นพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ยังมีแผนปฏิบัติการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และกลุ่มเชิงสุขภาพ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการลงทุนสร้างโรงพยาบาลและสถานบริการด้านสุขภาพ ส่งผลต่อเนื่องให้เกิดความต้องการกลุ่มสินค้าและบริการทางการแพทย์

2. การเจ็บป่วยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นของคนไทย ทั้งกลุ่มโรคติดต่อและโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคท้องร่วง โรคปอดอักเสบ โรคความดันโลหิตสูง โดยเฉพาะจำนวนผู้ป่วยจากโรคเฉพาะทาง อาทิ โรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็ง และโรคเบาหวาน (ที่มาข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุข) และการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น จะหนุนความต้องการใช้บริการทางการแพทย์ที่ทันสมัยและเทคโนโลยีขั้นสูงมากขึ้น

3. สัดส่วนจำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในไทยมีแนวโน้มกระเตื้องขึ้นในปี 2564 – 2565 เนื่องจากไทยยังคงมีความได้เปรียบในด้านคุณภาพและมาตรฐานการรักษาเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในอาเซียน จะช่วยสนับสนุนให้ความต้องการอุปกรณ์การแพทย์ในไทยขยายตัวต่อเนื่อง ประกอบกับโรงพยาบาลของไทยมีความก้าวหน้าทันสมัยและมีความพร้อมด้านศูนย์แพทย์เฉพาะทาง โดยเฉพาะการรักษาโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคหัวใจ โรคกระดูก ทั้งยังมีศูนย์ดูแลและบริบาลผู้ป่วยสูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย ส่งผลให้ไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เป็นอันดับต้น ๆ ของโลก

4. ธุรกิจโรงพยาบาลมีแผนการขยายการลงทุนเพิ่มเติมทั้งการสร้างโรงพยาบาลแห่งใหม่ และการลงทุนทางด้านเครื่องมือแพทย์เพื่อรองรับผู้ป่วยทั้งชาวไทยและต่างชาติที่มีมากขึ้น

5. กลุ่มวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ซึ่งมีสัดส่วนสูงยังทยอยเติบโตต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยหนุนจากการขยายตัวของการให้บริการสาธารณสุข และเป็นสินค้าจำเป็นที่ใช้กันทั่วไป เป็นวัสดุเครื่องมือแพทย์ที่ใช้แล้วทิ้ง ทำให้ยังคงมีความต้องการใช้ในสถานพยาบาลและผู้ป่วยทั่วไปค่อนข้างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะถุงมือยางทางการแพทย์ เป็นต้น

6. ตลาดน้ำยาและชุดวินิจฉัยโรคคาดว่าจะเติบโตได้ดี ภาครัฐเองได้มีการสนับสนุนสร้างหน่วยตรวจโรคเคลื่อนที่ในระดับชุมชน นำไปสู่ความต้องการใช้ตรวจวินิจฉัยโรคเพิ่มมากขึ้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) คาดว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปของไทยจะเพิ่มขึ้นจาก 112 ในปี 2561 เป็น 13.5 ล้านคนในปี 2566 และค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.3 แสนล้านบาท (ร้อยละ 2.8 ของ GDP) ในปี 2565 จาก 6.3 หมื่นล้านบาท ปี 2553 (ร้อยละ 2.1 ของ GDP) (จากแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564)

7. ผู้จำหน่ายเครื่องมือแพทย์คาดว่าจะรายได้มีแนวโน้มเติบโตอยู่ในระดับดี เครื่องมือแพทย์ที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์ใช้แล้วทิ้ง เช่น ถุงมือยาง เสื้อคลุมผ่าตัด เข็มเจาะเลือดปลายนิ้ว ของบรรจุเวชภัณฑ์ทำให้ปราศจากเชื้อ ทำให้มีความต้องการจากสถานพยาบาลทั้งรัฐและเอกชนอย่างสม่ำเสมอ ผู้ประกอบการรายใหญ่ส่วนใหญ่มีความสามารถในการทำกำไรและสามารถควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. กระแสการใส่ใจสุขภาพของคนไทยเพิ่มขึ้นจากการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 เป็นโอกาสของผู้ประกอบการที่จะมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพและสุขอนามัยรองรับความต้องการของผู้บริโภคอย่างระมัดระวัง

ภาพรวมจำนวนโรงพยาบาลในประเทศไทย

บริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้แก่โรงพยาบาลรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน และคลินิกและบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทย โดยโรงพยาบาลรัฐบาลเป็นลูกค้าหลักของบริษัท

ข้อมูลจำนวนโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

โรงพยาบาล	จำนวน (แห่ง)
โรงพยาบาลรัฐบาล	
-โรงพยาบาลศูนย์/ทั่วไป	121
-โรงพยาบาลชุมชน	778
-โรงพยาบาลอื่นสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ^{1/}	63
-โรงพยาบาลสังกัดกระทรวงอื่น ^{2/}	124
รวมจำนวนโรงพยาบาลรัฐบาล	1,086
โรงพยาบาลเอกชน	401

ที่มา: กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข ณ วันที่ 1 มีนาคม 2564

^{1/}โรงพยาบาลอื่นสังกัดกระทรวงสาธารณสุข คือ โรงพยาบาลที่อยู่ในสังกัดกรมอื่น ๆ ในกระทรวงสาธารณสุข เช่น สถาบันโรคทรวงอก โรงพยาบาลศรีธัญญา โรงพยาบาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช โรงพยาบาลกำแพงเพชร เป็นต้น

^{2/}โรงพยาบาลสังกัดกระทรวงอื่น คือ โรงพยาบาลที่ไม่ได้อยู่ในสังกัดหรือกรมที่กระทรวงสาธารณสุขดูแล แต่อยู่ในสังกัดอื่น เช่น กทม โรงพยาบาล

3. ปัจจัยความเสี่ยง

บริษัทให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงเพื่อจัดการความเสี่ยงที่มีผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของบริษัทในการดำเนินธุรกิจ บริษัทได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงเป็นผู้กำกับดูแลบริหารจัดการความเสี่ยงในบริษัท ซึ่งประกอบไปด้วยผู้บริหารและตัวแทนจากฝ่ายต่างๆ มีหน้าที่จัดทำนโยบาย วางระบบ และประเมินความเสี่ยงต่างๆ ทั้งที่เกิดจากปัจจัยภายนอกและจากการบริหารงาน และการปฏิบัติงานภายในองค์กร รวมทั้งกำหนดแนวทางในการบริหาร และจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับ

1. ความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ

1.1 ความเสี่ยงในการเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์

เนื่องจากบริษัทประกอบธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์แบบ Exclusive Distributor โดยนำเข้าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์จากต่างประเทศ ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ชั้นนำเป็นที่รู้จักในวงการแพทย์ทั่วไป เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าในประเทศ ภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิต บริษัทมีการลงนามในสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor Agreement) กับบริษัทผู้ผลิต อายุสัญญา 1 - 3 ปี การที่บริษัทไม่มีโรงงานผลิตสินค้าเป็นของตนเอง ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงในการเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ หากในอนาคต บริษัทไม่ได้รับการต่ออายุในสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor Agreement) จากบริษัทผู้ผลิต และ/หรือ บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ทำการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าเองโดยตรง หรือบริษัทผู้ผลิตยกเลิกการแต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอันมีสาเหตุมาจากคู่แข่งรายอื่น ๆ หรือ ในกรณีที่บริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor Agreement) กับบริษัทผู้ผลิต เช่น เงื่อนไขการกำหนดยอดขายสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ขั้นต่ำที่บริษัทต้องสั่งซื้อจากบริษัทผู้ผลิต เป็นต้น จนทำให้บริษัทผู้ผลิตยกเลิกการแต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ก็อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทได้

อย่างไรก็ตาม บริษัทเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทได้พิจารณาแล้วว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการขาย ประกอบกับบริษัทมีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำในประเทศไทย ซึ่งลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไทยจะต้องใช้ความเชี่ยวชาญในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า บริษัทจึงได้รับความไว้วางใจในการเป็นตัวแทนจำหน่าย เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประกอบกับการบริการที่ดีที่ลูกค้าประทับใจมาโดยตลอด จึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

บริษัทมีจุดเด่น (Strength) ในฐานะตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ การมีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของลูกค้า การมีทีมงานขายที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า ตลอดจนมีทักษะในการขาย ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต และได้รับการต่ออายุสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor Agreement) จากผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ หากเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้บริษัทไม่สามารถบรรลุยอดขายสั่งซื้อขั้นต่ำตามที่กำหนดไว้ในสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor Agreement) โดยทางบริษัทได้ดำเนินการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อย่างสุดความสามารถแล้ว บริษัทก็จะมีภาระชี้แจงเหตุผลของการไม่สามารถบรรลุยอดขายสั่งซื้อขั้นต่ำและหารือกับผู้ผลิตให้เข้าใจร่วมกันได้ โดยไม่เป็นเหตุให้ต้องยกเลิกสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor Agreement) แต่อย่างใด

ด้วยประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้บริหารบริษัทที่ยาวนานกว่า 15 ปี มีการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตมาเป็นระยะเวลานานอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการมีประสบการณ์ในการขายและการบริการลูกค้าเป็นอย่างดี ทำให้บริษัทสามารถ

คัดเลือกเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศ และเป็นที่ยอมรับของลูกค้ามาโดยตลอด บริษัทจึงได้รับการยอมรับและได้รับการแต่งตั้งให้เป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตกว่า 44 รายจาก 16 ประเทศ จึงเป็นการลดความเสี่ยงในกรณีที่ผู้ผลิตรายใดมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจจนทำให้ไม่สามารถจำหน่ายสินค้าให้แก่บริษัทได้ บริษัทก็สามารถนำเข้าผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตรายอื่นที่บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายได้

นอกจากนี้ บริษัทยังมีการเจรจากับผู้ผลิตเพื่อให้สินค้าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่บริษัทจำหน่ายทุกรายการเป็นสินค้าที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายแบบ Exclusive Distributor

สำหรับกรณีที่บริษัทผู้ผลิตจะเข้ามาทำการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าเองโดยตรง โดยไม่แต่งตั้งบริษัทให้เป็นตัวแทนจำหน่าย บริษัทประเมินว่าโอกาสที่ผู้ผลิตจะเข้ามาทำการจำหน่ายสินค้าในประเทศไทยเองโดยตรงเป็นไปได้ค่อนข้างน้อย เนื่องจากบริษัทผู้ผลิตต้องจัดให้มีบุคลากร รวมถึงมีค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดในประเทศไทยเอง ซึ่งไม่ใช่เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตรายใหญ่ในต่างประเทศ

และในกรณีที่บริษัทผู้ผลิตยกเลิกการแต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้ามักเกิดจากการที่บริษัทผู้ผลิตในต่างประเทศมีการปรับโครงสร้างกิจการ เช่น การซื้อกิจการ การควบรวมกิจการ เป็นต้น ทำให้บริษัทผู้ผลิตอาจไม่เลือกบริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายต่อ ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัทผู้ผลิต อย่างไรก็ตาม หากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว ทางบริษัทก็สามารถเจรจากับบริษัทผู้ผลิตรายใหม่ ๆ เพื่อนำสินค้าประเภทเดียวกันมาจำหน่ายได้

1.2 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์รายใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกา

บริษัทมีการพึ่งพิงผู้ผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์รายใหญ่ที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์สิ้นเปลืองที่ใช้ในห้องผ่าตัดในโรงพยาบาลในประเทศสหรัฐอเมริกา หากในอนาคตผู้ผลิตรายดังกล่าวประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจจนไม่สามารถขายสินค้าให้แก่บริษัทได้ หรือ ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ที่ทำให้บริษัทอาจจะไม่ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์จากผู้ผลิตรายดังกล่าวในอนาคต เช่น ไม่ได้รับการต่ออายุสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor Agreement) จากบริษัทผู้ผลิต และ/หรือ บริษัทผู้ผลิตทำการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้าเองโดยตรง หรือ บริษัทผู้ผลิตยกเลิกการแต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอันมีสาเหตุมาจากคู่แข่งรายอื่น ๆ หรือ ในกรณีที่บริษัทไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดในสัญญาแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ (Distributor Agreement) กับบริษัทผู้ผลิตรายดังกล่าว เช่น ไม่สามารถบรรลุเงื่อนไขยอดขายที่ตั้งไว้ บริษัทต้องสั่งซื้อจากบริษัทผู้ผลิต เป็นต้น จนทำให้บริษัทผู้ผลิตยกเลิกการแต่งตั้งให้บริษัทเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า ก็อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทในการจัดซื้อเครื่องมือแพทย์จากผู้ผลิตรายใหญ่ และอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญได้

อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ผลิตรายดังกล่าวเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์สิ้นเปลืองที่ใช้ในห้องผ่าตัดในโรงพยาบาลรายใหญ่ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีฐานะทางการเงินที่ดี และมีรายได้รวมกว่า 100,000.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี มีพนักงานรวมกว่า 30,000 คน จึงทำให้โอกาสที่จะเกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตรายดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ สำหรับความเสี่ยงในการจะถูกยกเลิกการเป็นตัวแทนจำหน่ายนั้น บริษัทเชื่อว่าการที่บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบบ Exclusive Distributor จากผู้ผลิตรายดังกล่าว นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัทเป็นเวลาต่อเนื่องกันนานกว่า 18 ปี มีการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายดังกล่าวมาเป็นระยะเวลานานอย่างต่อเนื่อง และที่ผ่านมาบริษัทไม่เคยประสบปัญหาในการสั่งซื้อจากผู้ผลิตรายดังกล่าว บริษัทจึงเชื่อมั่นว่าบริษัทจะยังคงเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบบ Exclusive Distributor จากผู้ผลิตรายดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่อง

1.3 ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ในปัจจุบันประเทศไทยมีสถานประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ (ข้อมูลหลังสิงหาคม 2560) จำนวนรวมกว่า 3,442 ราย (ข้อมูลจากกองควบคุมเครื่องมือแพทย์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) การจดทะเบียนสถานประกอบการดังกล่าวนี้ไม่มีอุปสรรคในการเข้ามาแข่งขัน (Low Barrier to Entry) มากนัก จึงทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นในประเทศ โดยเฉพาะผู้ประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการมีสินค้าที่มีผู้ประกอบการผลิตหรือผู้ประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์รายอื่น ๆ ที่มีการจำหน่ายสินค้าภายใต้ตราสินค้าอื่นที่มีมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทจำหน่าย ทำให้ลูกค้าอาจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่นทดแทนกันได้ง่าย

ถึงแม้ว่าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่จำหน่ายในประเทศไทยมีความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน คุณภาพผลิตภัณฑ์ และตราสินค้าจำนวนมากจากหลายประเทศทั่วโลก แต่ผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่บริษัทจำหน่ายทั้งหมดนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญในการขาย ประกอบกับบริษัทมีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำในประเทศไทย ทำให้บริษัทได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบบ Exclusive Distributor อีกทั้งผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายมีความหลากหลายและส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง โดยในปัจจุบันบริษัทมีนโยบายที่จะเพิ่มการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่ง และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ทำให้บริษัทสามารถจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

1.4 ความเสี่ยงจากลูกค้า

บริษัทมีนโยบายการเรียกเก็บหนี้สำหรับลูกค้าประเภทต่าง ๆ ดังนี้

ประเภทลูกค้า	นโยบายการให้เครดิตเทอม
โรงพยาบาลรัฐบาล	90 วัน
โรงพยาบาลเอกชน	60 – 90 วัน
คลินิกและบุคลากรทางการแพทย์	เงินสด หรือ 30 วัน

บริษัทมีรายได้จากโรงพยาบาลรัฐบาลเป็นหลัก โรงพยาบาลรัฐบาลหลายแห่งมักมีประวัติการจ่ายชำระหนี้ที่ค่อนข้างล่าช้ากว่านโยบายที่บริษัทตั้งไว้ เนื่องจากต้องรอการเบิกจ่ายงบประมาณจากรัฐบาล ทำให้บริษัทมีความเสี่ยงจากการรับชำระหนี้ค่าสินค้าจากลูกค้าโรงพยาบาลที่ล่าช้าจากนโยบายที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลประวัติการรับชำระหนี้ในรอบระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทไม่มีหนี้สูญจากการเรียกเก็บเงินจากลูกค้าโรงพยาบาลหรือลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ เลย เนื่องจากบริษัทจัดให้มีพนักงานเก็บเงินครอบคลุมภูมิภาคต่าง ที่คอยติดตามการเก็บเงินอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัทยังมีนโยบายในการติดตามหนี้จากลูกค้า ผ่านพนักงานขายของบริษัท โดยบริษัทกำหนดให้พนักงานขายติดตามการชำระหนี้จากลูกค้าที่อยู่ในความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ ทำให้บริษัทมีความมั่นใจว่าความเสี่ยงที่บริษัทจะมีหนี้สูญจากการรับชำระหนี้ที่ล่าช้าจากลูกค้าโรงพยาบาลมีน้อยมาก

2. ความเสี่ยงด้านการบริหารจัดการ

2.1 ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงบุคลากรหลักในการบริหารงาน

ปัจจุบันบริษัทบริหารงานโดยผู้บริหารหลักคือ นายแพทย์ศุภพงษ์ จวรรโงบุตร และนางสุนทรี จวรรโงบุตร ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทร่วมกันตั้งแต่ปี 2545 โดยนายแพทย์ศุภพงษ์ จวรรโงบุตร ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม

ประธานกรรมการบริหาร ประธานบริหาร และเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 21.429 ของทุนชำระแล้วของบริษัท และนางสุนทรี จรรโลงบุตร ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม กรรมการบริหาร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัทในสัดส่วนร้อยละ 24.548 ของทุนชำระแล้วของบริษัท โดยทั้งสองท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์ในธุรกิจเครื่องมือแพทย์มาเป็นเวลานาน เป็นผู้มีความวิสัยทัศน์และมีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดนโยบาย ทิศทาง และการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงกรรมการและผู้บริหารรายดังกล่าว อาจทำให้บริษัทประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจในอนาคตได้

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทได้เริ่มใช้แนวทางการบริหารงานอย่างมืออาชีพ มีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานให้แก่ผู้บริหารท่านอื่น ๆ และพนักงานแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการกระจายอำนาจการจัดการ และลดความเสี่ยงในการพึ่งพิงกรรมการทั้งสองท่านในการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงจัดโครงสร้างองค์กรให้มีการแต่งตั้งบุคลากรของบริษัทที่มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์ในการทำงาน ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารหลักในสายงานด้านต่าง ๆ ตามความรู้ความสามารถของแต่ละท่าน ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องระหว่างผู้บริหารและพนักงานบริษัทอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บริษัทได้กำหนดให้ผู้บริหารในระดับต่าง ๆ ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทางของบริษัทให้มากขึ้น มีการกระจายอำนาจการบริหาร มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในงานด้านต่าง ๆ อย่างชัดเจน ดังนั้นแม้ว่านายแพทย์ศุภพงษ์ จรรโลงบุตร และนางสุนทรี จรรโลงบุตร ยังคงเป็นผู้กำหนดนโยบายหลักของบริษัท แต่ผู้บริหารหลักในแต่ละฝ่ายก็เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจดำเนินการด้านต่าง ๆ ในรายละเอียด ซึ่งสามารถลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงกรรมการและผู้บริหารงานหลักได้ นอกจากนี้ บริษัทยังมีนโยบายการสรรหาผู้บริหารมืออาชีพและบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาร่วมงานกับบริษัทเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับแผนการขยายธุรกิจ เพื่อสร้างการเติบโตอย่างมั่นคงให้กับบริษัทในระยะยาวต่อไป

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน

3.1 ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย

บริษัทมีวงเงินสินเชื่อเพื่อการนำเข้าสินค้าจากสถาบันการเงินเป็นวงเงินกู้ระยะสั้นในประเภททรัสต์รีซีทีเป็นอัตราดอกเบี้ยอัตราตลาด (MMR: Money Market Rate) บริษัทได้ใช้วงเงินสินเชื่อดังกล่าวเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการนำเข้าและจัดหาสินค้าเพื่อจำหน่าย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 วงเงินเชื่อทรัสต์รีซีทีมียอดคงค้างรวม 109.62 ล้านบาท ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนการเงินของบริษัทโดยในภาวะที่ดอกเบี้ยขาขึ้น อาจทำให้บริษัทมีภาระต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น และอาจส่งผลการดำเนินงานของบริษัทลดลง

3.2 ความเสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยยอดการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 80 ของยอดซื้อรวมในปี 2563 ซึ่งการเสนอราคาและการชำระเงินค่าสินค้าจะใช้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกาคือหลัก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 64 ของมูลค่านำเข้าในปี 2563 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจำหน่ายในประเทศเป็นสกุลเงินบาททั้งหมด ดังนั้น บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เมื่อสถานการณ์ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับค่าเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกาก็จะส่งผลให้จำนวนเงินที่บริษัทต้องชำระค่าสินค้าสูงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายของสินค้าบริษัทให้สูงขึ้นตามไปด้วย ในขณะเดียวกัน หากค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นก็อาจส่งผลให้ต้นทุนสินค้าของบริษัทลดต่ำลงได้ และยังส่งต่อกำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศ บริษัทได้ทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) ทุกครั้งที่น่าเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อให้บริษัทสามารถกำหนดต้นทุนสินค้าที่จำหน่าย และป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัทซึ่งการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าจะอยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทและเป็นไปตามคู่มืออำนาจดำเนินการที่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการบริษัท

การทำสัญญาซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราล่วงหน้าจะทำให้บริษัททราบต้นทุนสินค้าขายที่แน่นอน และลดผลกระทบจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ บริษัทไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ตารางแสดงทรัพย์สินของบริษัทที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

หน่วย : ล้านบาท					
ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 63	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
1. ที่ดิน	1.1) ที่ดิน 5 แปลง โฉนดเลขที่ 20312, 20313, 245915, 245916 และ 245917 ตั้งอยู่ที่ แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร เนื้อที่รวม 0 – 3 – 78 ไร่ ซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ และลานจอดรถของบริษัท	บริษัท	ใช้เป็นส่วนหนึ่งของหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับ เจ้าหนี้สถาบันการเงินจำนวน 1 แห่ง ในวงเงินสินเชื่อที่มีต่อสถาบันการเงินดังกล่าวรวม 304.07 ล้านบาท โดยทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท มีวงเงินจดจำนองเป็นหลักประกัน มีมูลค่าตามบัญชีจำนวนประมาณ 79.96 ล้านบาท	20.94	- ที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ และลานจอดรถของบริษัท
	1.2) ที่ดิน 1 แปลง โฉนดเลขที่ 218859 ตั้งอยู่ที่ ตำบลสะพานสูง อำเภอบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เนื้อที่ 2 – 3 – 65 ไร่	บริษัท		48.40	- ที่ดินเปล่าซึ่งจะมีการขายที่ดินให้กับบริษัทย่อย (บริษัท ทีเอ็ม เนิร์สซิง แคร่ จำกัด) ในปี 2564
	1.3) ที่ดิน 1 แปลง โฉนดเลขที่ 20314 ตั้งอยู่ที่ แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร เนื้อที่รวม 0 – 1 – 88 ไร่	บริษัท		21.46 (ยังไม่รวมมูลค่าสิ่งปลูกสร้างในอนาคต)	- ที่ตั้งอาคารสำนักงานใหม่และใช้รวมสินค้า
2. อาคารและส่วนปรับปรุงอาคาร	อาคารสำนักงานและคลังสินค้า ตั้งอยู่เลขที่ 29, 31, 33 และ 35 ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขต	บริษัท	ใช้เป็นส่วนหนึ่งของหลักประกันวงเงินสินเชื่อกับ เจ้าหนี้สถาบันการเงินจำนวน 1 แห่ง ในวงเงินสินเชื่อที่มีต่อสถาบันการเงินดังกล่าวรวม 304.07	59.49	- เพื่อใช้เป็นอาคารสำนักงานใหญ่ของบริษัท

ประเภททรัพย์สิน	ลักษณะทรัพย์สิน	ลักษณะกรรมสิทธิ์	ภาระผูกพัน	มูลค่าสุทธิ ณ 31 ธ.ค. 63	การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สิน
	วังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310 ซึ่งตั้งอยู่บนที่ดินในข้อ 1.1)		ล้านบาท โดยทรัพย์สินที่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท มีวงเงินจดจำนองเป็นหลักประกัน มีมูลค่าตามบัญชีจำนวนประมาณ 79.96 ล้านบาท		
3. เครื่องตกแต่ง ติดตั้ง และ เครื่องใช้สำนักงาน	เครื่องตกแต่งและเครื่องใช้สำนักงานที่ใช้ในอาคารสำนักงานของบริษัท	บริษัท	- ไม่มี -	23.85	- เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ ในสำนักงานของบริษัท
4. คอมพิวเตอร์และ อุปกรณ์เชื่อมต่อ	คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เชื่อมต่อที่ใช้ในสำนักงาน และการดำเนินธุรกิจของบริษัท	บริษัท	- ไม่มี -	10.20	- เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ ของบริษัท
5. ยานพาหนะ	ยานพาหนะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ และขนส่งสินค้า	บริษัท และ บางส่วนอยู่ภายใต้ สัญญาเช่าซื้อ และ สัญญาเช่าทางการเงิน	- ไม่มี -	18.73	- เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ และขนส่งสินค้า ของ บริษัท
6. อุปกรณ์เพื่อการ สาธิต	อุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อการสาธิตที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท	บริษัท	- ไม่มี -	15.60	- เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ ของบริษัท
7. งาน ระหว่าง ก่อสร้าง	งานออกแบบก่อสร้างอาคารจรรโลงบุตร และ สำนักงาน ไซวูมสินค้า	บริษัท	- ไม่มี -	3.83	- งานออกแบบก่อสร้าง โก อาคารจรรโลงบุตรชั้น 5 และสำนักงาน ไซวูมสินค้า
รวม				222.50	

4.2 สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทมีรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตน คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์และระบบเชื่อมต่อกับระบบงานของลูกค้า ซึ่งมีมูลค่าสุทธิเท่ากับ 1.05 ล้านบาท (ราคาทุน เท่ากับ 4.5 ล้านบาท และค่าตัดจำหน่ายสะสม เท่ากับ 3.45 ล้านบาท)

4.3 สัญญาสำคัญที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ

4.3.1 สัญญาเช่าอาคารคลังสินค้า และสัญญาบริการอันเกี่ยวเนื่องกับสัญญาเช่าอาคาร

บริษัทได้ทำสัญญาเช่าอาคารคลังสินค้าและสัญญาบริการกับ บริษัท ทริฟเวนท์ แอ็สซีท 1 จำกัด โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญาเช่าอาคารคลังสินค้า	
คู่สัญญา	บริษัท ทริฟเวนท์ แอ็สซีท 1 จำกัด ในฐานะผู้ให้เช่า ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารของบริษัท กับ บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้เช่า
วันที่ทำสัญญา	27 กุมภาพันธ์ 2558
รายละเอียดสัญญา	ผู้เช่าตกลงเช่าอาคารเลขที่ 11/17 ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 มีเนื้อที่โดยรวมประมาณ 2,160 ตารางเมตร แต่ไม่รวมถึงพื้นที่หลังคาทั้งหมดของอาคารดังกล่าว
อายุสัญญาเช่า	6 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2558 ถึง วันที่ 31 พฤษภาคม 2564
อัตราค่าเช่า	อัตราค่าเช่าจำนวน 216,000 บาทต่อเดือน
การชำระค่าเช่า	ชำระค่าเช่าเป็นรายเดือน ภายในวันที่ 5 ของทุกเดือน
การต่ออายุสัญญาเช่า	หากผู้เช่าประสงค์จะขอต่ออายุสัญญาเช่าออกไปอีก ผู้เช่าจะต้องแจ้งความประสงค์ไปยังผู้ให้เช่า เป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 150 วัน ก่อนสัญญาเช่าสิ้นสุดลง โดยคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจะตกลงกันใหม่ในเงื่อนไขของสัญญา และหากผู้เช่าไม่แจ้งให้ผู้ให้เช่าทราบภายในระยะเวลาดังกล่าวหรือไม่สามารถตกลงกันได้ ในสาระสำคัญของสัญญา ให้ถือว่าสัญญาเช่าฉบับนี้สิ้นสุดลงเมื่อครบกำหนดการเช่า นอกจากนี้ เมื่อสิ้นสุดกำหนดระยะเวลาเช่า ผู้เช่าตกลงยินยอมให้ผู้ให้เช่าปรับอัตราค่าเช่าเพิ่มขึ้นอีกไม่เกินร้อยละ 10 ของอัตราค่าเช่าล่าสุดก่อนหมดสัญญาเช่า

รายละเอียดสำคัญของสัญญาบริการ	
คู่สัญญา	บริษัท ทริฟเวนท์ แอ็สซีท 1 จำกัด ในฐานะผู้ให้บริการ ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารของบริษัท กับ บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้รับบริการ
วันที่ทำสัญญา	27 กุมภาพันธ์ 2558

รายละเอียดสำคัญของสัญญาบริการ	
รายละเอียดสัญญา	ตามที่ผู้รับบริการได้ทำสัญญาเช่าอาคารตามสัญญาเช่าอาคาร ฉบับลงวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2558 นั้น เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการได้จัดให้มีบริการแก่ผู้รับบริการ ดังนี้ 1) ระบบไฟฟ้า 2) พื้นที่จอดรถยนต์ 3) ระบบสุขาภิบาลส่วนกลาง อันได้แก่ ท่อระบายน้ำ ท่อน้ำทิ้ง
อายุสัญญาบริการ	6 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2558 ถึง วันที่ 31 พฤษภาคม 2564
อัตราค่าบริการ	อัตราค่าบริการจำนวน 140,400 บาทต่อเดือน (ไม่รวมค่ากระแสไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่าโทรศัพท์ ซึ่งผู้รับบริการต้องชำระต่างหากตามจำนวนหน่วยที่ใช้จริงในแต่ละเดือน)
การชำระค่าบริการ	ชำระค่าบริการเป็นรายเดือน ภายในวันที่ 5 ของทุกเดือน
การสิ้นสุดของสัญญาบริการ	สัญญาบริการฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของสัญญาเช่าอาคาร และให้สัญญาบริการนี้มีผลบังคับใช้จนกว่าสัญญาเช่าอาคารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการจะระงับสิ้นลง

4.3.2 สัญญาบริการดูแลสินค้าและบรรจุสินค้า

บริษัทได้ทำสัญญาบริการดูแลสินค้าและบรรจุสินค้า ที่คลังสินค้าของบริษัท โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญาดูแลสินค้าและบรรจุสินค้า	
คู่สัญญา	บริษัท แพนชนสง จำกัด ในฐานะผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นบริษัทที่มีกรรมกรคือ นายฉัตรชัย เลิศอมรพงษ์ มีความสัมพันธ์เป็นหลานของนางสุนทรี จรรโลงบุตร (นางสุนทรี จรรโลงบุตร เป็นกรรมกร ผู้บริหาร และผู้ถือหุ้นใหญ่ของบริษัท) ซึ่งไม่เข้านิยามเป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกันและไม่เป็นการทำรายการกับบุคคลที่อาจมีความขัดแย้งทางผลประโยชน์ กับบริษัท และคู่สัญญาอีกฝ่าย คือ บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน) ในฐานะผู้รับบริการ
วันที่ทำสัญญา	1 มกราคม 2564
รายละเอียดสัญญา	ผู้ให้บริการตกลงให้บริการดูแลสินค้าและบรรจุสินค้าที่อยู่ในคลังสินค้า ที่ตั้งอยู่เลขที่ 11/17 หมู่ที่ 9 ตำบลบางโจลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 โดยผู้รับบริการตกลงจ้างผู้ให้บริการเข้ามาดูแลสินค้า บรรจุสินค้า ยกสินค้าเข้า-ออก ตรวจนับสินค้าและดูแลคลังสินค้าให้สะอาดเรียบร้อย
อายุสัญญา	2 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 3 มกราคม 2564 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2566
อัตราค่าบริการ	ผู้ให้บริการจะเรียกเก็บเงินค่าบริการจากค่าจ้างและค่าตอบแทนของพนักงาน บริษัท แพนเมดิคัล จำกัด ที่ได้จ่ายไปตามจริง โดยผู้ให้บริการจะคิดค่าดำเนินการ 15% ของยอดค่าใช้จ่ายจริง

4.3.3 สัญญาประกันอัคคีภัยสำหรับทรัพย์สินของบริษัท

1) บริษัทได้ทำประกันภัยอัคคีภัยทรัพย์สินสำหรับอาคารสำนักงานของบริษัท กับ บริษัท ชับปี สามัคคีประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของกรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสำนักงานของบริษัท	
คู่สัญญา	บริษัท ชับปี สามัคคีประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารบริษัท
เลขที่กรมธรรม์	000-19-11-109-03587
วันที่ทำสัญญา	วันที่ 1 กันยายน 2563
ประเภทประกันภัย	การประกันอัคคีภัยทรัพย์สินสำหรับอาคารสำนักงานของบริษัท บนที่ตั้งเลขที่ 29, 31, 33, 35 (บนโฉนดเลขที่ 20312, 245915 - 245917) ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 2 กันยายน 2563 - 2 กันยายน 2564 เวลา 16.00 น.
วงเงินเอาประกันภัย	25,280,000 บาท สำหรับตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน)
ผู้รับผลประโยชน์	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ตามภาระผูกพัน

รายละเอียดสำคัญของกรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสำนักงานของบริษัท	
คู่สัญญา	บริษัท ชับปี สามัคคีประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารบริษัท
เลขที่กรมธรรม์	000-20-11-109-04123
วันที่ทำสัญญา	วันที่ 1 กันยายน 2563
ประเภทประกันภัย	การประกันอัคคีภัยทรัพย์สินสำหรับอาคารสำนักงานของบริษัท บนที่ตั้งเลขที่ 39 (บนโฉนดเลขที่ 20314) ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 30 กันยายน 2563- 30 กันยายน 2564 เวลา 16.00 น.
วงเงินเอาประกันภัย	28,326,000 บาท สำหรับตัวอาคาร (ไม่รวมรากฐาน)
ผู้รับผลประโยชน์	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ตามภาระผูกพัน

- 2) บริษัทได้ทำประกันภัยอัคคีภัยทรัพย์สินสำหรับเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงานในสำนักงานของบริษัท (ตึก 1) และสินค้าคงคลังของบริษัท กับ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของกรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยสำหรับเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงานในสำนักงานของบริษัท และสินค้าคงคลังของบริษัท	
คู่สัญญา	บริษัท แอลเอ็มจี ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารบริษัท
เลขที่กรมธรรม์	15-SAB-0000330-2020-06
วันที่ทำสัญญา	16 มิถุนายน 2563
ประเภทประกันภัย	การประกันอัคคีภัยทรัพย์สิน สิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก) รวมเฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ต่าง ๆ รวมเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท บนที่ตั้งเลขที่ 29, 31, 33, 35 (บนโฉนดเลขที่ 20312, 245915 - 245917) ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2563 – 10 กรกฎาคม 2564 เวลา 16.30 น.
วงเงินเอาประกันภัย	สิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก) รวมเฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ต่าง ๆ รวมเครื่องใช้สำนักงาน วงเงิน 40,000,000 บาท
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน)

- 3) บริษัทได้ทำประกันภัยอัคคีภัยทรัพย์สินสำหรับเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงานในสำนักงานของบริษัท (ตึก 2) และสินค้าคงคลังของบริษัท กับ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของกรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยสำหรับเฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้สำนักงานในสำนักงานของบริษัท และสินค้าคงคลังของบริษัท	
คู่สัญญา	บริษัท แอลเอ็มจี ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารบริษัท
เลขที่กรมธรรม์	15-SAB-0000329-2020-06
วันที่ทำสัญญา	16 มิถุนายน 2563
ประเภทประกันภัย	การประกันอัคคีภัยทรัพย์สิน สิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก) รวมเฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ต่าง ๆ รวมเครื่องใช้สำนักงานของบริษัท บนที่ตั้งเลขที่ 39 (บนโฉนดเลขที่ 20314) ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายน 2563 – 16 มิถุนายน 2564 เวลา 16.30 น.
วงเงินเอาประกันภัย	สิ่งปลูกสร้าง (ไม่รวมฐานราก) รวมเฟอร์นิเจอร์ สิ่งตกแต่งติดตั้งเครื่องใช้ต่าง ๆ รวมเครื่องใช้สำนักงาน วงเงิน 40,000,000 บาท
ผู้รับผลประโยชน์	บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน)

- 4) บริษัทได้ทำประกันภัยอัคคีภัยทรัพย์สินในคลังสินค้าของบริษัท กับ บริษัท วิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน) โดยมีรายละเอียดสัญญาที่สำคัญ ดังนี้

รายละเอียดสำคัญของสัญญา – กรมธรรม์ประกันภัยอัคคีภัยสำหรับสินค้าคงคลังของบริษัท	
คู่สัญญา	บริษัท แอลเอ็มจี ประกันภัย จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ได้เป็นบริษัท/บุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ถือหุ้น กรรมการ กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม และผู้บริหารบริษัท
เลขที่กรมธรรม์	15-SAU-0000224-2020-06
วันที่ทำสัญญา	16 มิถุนายน 2563
ประเภทประกันภัย	การประกันอัคคีภัยทรัพย์สิน สินค้าในคลังสินค้าของบริษัท บนที่ตั้งเลขที่ 11/17 หมู่ที่ 9 ถนนบางนาตราด (กม.19) ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
ระยะเวลาประกันภัย	1 ปี เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 กรกฎาคม 2563 – 10 กรกฎาคม 2564 เวลา 16.30 น.
วงเงินเอาประกันภัย	สต็อกสินค้า สินค้าอุปกรณ์ทางการแพทย์ วงเงิน 130,000,000 บาท
ผู้รับประกันภัย	บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน)

4.4 เครื่องหมายการค้า

ปัจจุบัน บริษัทมีเครื่องหมายการค้าสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท (Brand Logo) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีการว่าจ้างผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในต่างประเทศเพื่อผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของบริษัท (Original Equipment Manufacturer : OEM) จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ขอบบรรจุเวชภัณฑ์สำหรับการทำให้ปราศจากเชื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “TM Medipak” จุกปิดปลายวัสดุทางการแพทย์ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “TM Stericap” สายให้ยาหรือสารน้ำทางหลอดเลือดดำ ชนิดมีหัวล็อก ภายใต้เครื่องหมายการค้า “TM Extension Tubing” โดยมีรายละเอียดเครื่องหมายการค้าของบริษัท ดังต่อไปนี้

เครื่องหมายการค้า	ภาพเครื่องหมายการค้า	กรรมสิทธิ์	สำหรับสินค้าประเภท	ระยะเวลาคุ้มครอง
TM		บริษัท	ของพลาสติกใช้บรรจุของ ^{1/}	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และอาจต่ออายุได้ ทุก ๆ 10 ปี (บริษัทจดทะเบียน เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558)
TM		บริษัท	กล่องใส่เครื่องมือแพทย์และศัลยกรรม	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และอาจต่ออายุได้ ทุก ๆ 10 ปี (บริษัทจดทะเบียน เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558)
TM		บริษัท	จุกยาง	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และอาจต่ออายุได้ ทุก ๆ 10 ปี (บริษัทจดทะเบียน เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560)
TM		บริษัท	สายยางให้น้ำเกลือ ท่อยางให้เลือด อาหาร และยาในทางการแพทย์	10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน และอาจต่ออายุได้ ทุก ๆ 10 ปี (บริษัทจดทะเบียน เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2560)

5. เงินลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทที่เกี่ยวข้อง

บริษัทได้จัดตั้งบริษัทย่อยในชื่อ ทีเอ็ม เนิร์สซิง แคร่ จำกัด เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2563 โดยมีทุนจดทะเบียนจำนวน 125 ล้านบาท บริษัทถือหุ้นในสัดส่วนร้อยละ 80 ของบริษัทย่อย เพื่อดำเนินธุรกิจโครงการ Nursing Home และ Rehabilitation Hospital เพื่อใช้เป็นสถานที่รับดูแลผู้สูงอายุทุกภาวะและเป็นโรงพยาบาลเฉพาะทาง ธุรกิจ Nursing Home และ Rehabilitation

คณะกรรมการบริษัทได้กำหนดกลไกในการกำกับดูแลบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม โดยการส่งบุคคลเพื่อเป็นตัวแทนของบริษัทเข้าเป็นกรรมการ ผู้บริหาร และผู้มีอำนาจควบคุมในบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วม รวมถึงกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานที่ชัดเจน ตลอดจนกำหนดกลไกการกำกับดูแลผ่านการเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน รวมถึงการทำรายการระหว่างกันกับบริษัทย่อยหรือบริษัทร่วมดังกล่าว โดยใช้หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลและการทำรายการซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังมีการติดตามเพื่อประเมินและตรวจสอบอย่างรัดกุมผ่านระบบควบคุมภายในที่เพียงพอและเหมาะสม เพื่อให้การประกอบธุรกิจของบริษัทย่อย เป็นไปเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท

6. ข้อพิพาททางกฎหมาย

บริษัทและบริษัทย่อยไม่มีข้อพิพาทหรือเข้าเกี่ยวข้องกับคดีความหรือการดำเนินการทางกฎหมายอื่นใดที่มีผลกระทบในด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทหรือบริษัทย่อยที่เป็นจำนวนสูงกว่า ร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

7. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ชื่อบริษัท (ภาษาไทย)	:	บริษัท เทคโนเมดิคัล จำกัด (มหาชน)
ชื่อบริษัท (ภาษาอังกฤษ)	:	Techno Medical Public Company Limited
ชื่อย่อ	:	TM
ลักษณะการประกอบธุรกิจ	:	ตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยนำเข้าเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์จากต่างประเทศ เพื่อจัดจำหน่ายให้กับสถานพยาบาลในประเทศ ทั้งโรงพยาบาลรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน คลินิกและบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทย
เลขทะเบียนบริษัท	:	0107559000117
ทุนจดทะเบียน	:	154,000,000.00 บาท (หุ้นสามัญ 308,000,000 หุ้น) มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท
ทุนชำระแล้ว	:	153,999,993.50 บาท (หุ้นสามัญ 307,999,987 หุ้น) มูลค่าหุ้นละ 0.50 บาท
ที่ตั้งสำนักงานใหญ่	:	เลขที่ 29 ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310 โทรศัพท์ 02-933-6112, 02-933-6119 Hot Line 1360 โทรสาร 02-933-9763
ที่ตั้งสำนักงานสาขา (คลังสินค้า)	:	เลขที่ 11/17 หมู่ที่ 9 ถนนบางนาตราด (กม. 19) ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
ที่ตั้งสำนักงานสาขา 2 (โชว์รูม)	:	เลขที่ 39 อาคารจรรโลงบุตร ซอยลาดพร้าว 92 (ลมเย็น) ถนนลาดพร้าว แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310
เว็บไซต์	:	www.technomedical.co.th www.tmcare-shop.com
เลขานุการบริษัท/นักลงทุน สัมพันธ์	:	นางสาวสุพัตรา แกมแก้ว โทรศัพท์ 02-933-6112 : 8401 E-mail: info@technomedical.co.th
นายทะเบียนหลักทรัพย์	:	บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด 93 ถนนรัชดาภิเษก แขวง/เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 02-009-9000 โทรสาร 02-009 9991

ผู้สอบบัญชี : บริษัท เอ็ม อาร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด
 ห้อง 705-706 อาคารเจ้าพระยาทาวเวอร์
 89 ซอยวัดสวนพลู ถนนเจริญกรุง
 แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
 โทรศัพท์ 02-630-7500 โทรสาร 02-630-7506

ผู้ตรวจสอบภายใน : บริษัท ควอนตัม พอยท์ คอนซัลติ้ง จำกัด
 : เลขที่ 256/194 หมู่ 4 แขวงคลองถนน เขตสายไหม
 กรุงเทพฯ 10220 โทรศัพท์ 081-822-5309

บริษัทย่อย
ชื่อบริษัท : บริษัท ทีเอ็ม เนิร์สซิง แคร่ จำกัด
 (จดทะเบียนเมื่อ 16 มกราคม 2563)

ทุนจดทะเบียน : 125,000,000 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 1,250,000 หุ้น) มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ทุนชำระแล้ว : 125,000,000 ล้านบาท (หุ้นสามัญ 1,250,000 หุ้น) มูลค่าหุ้นละ 100 บาท

ที่ตั้งสำนักงาน : เลขที่ 39 ซอยลาดพร้าว 92 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง
 กรุงเทพมหานคร 10310