แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

บริษัท ฟู้ดโมเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

(FM)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 18/12/2568

และเผยแพร่เมื่อวันที่ 26/03/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย บริษัท ฟู้ดโมเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ("FM") โดยใช้ข้อมูล สมมติฐาน และการประมาณการของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสาร ทั้งนี้ แผนงาน โครงการ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการ หรือข้อความใด ๆ ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นเพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น

บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิในการเปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือปรับปรุง แผนงานโครงการรวมถึงเป้าหมายของแผนงานหรือโครงการที่ปรากฏในเอกสารฉบับ นี้ตามที่บริษัทฯ เห็นสมควร และมิได้ให้คำยืนยันหรือรับรองถึงความถูกต้อง ความสมบูรณ์หรือความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้และ ไม่รับประกันว่าแผนงาน หรือโครงการตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายหรือกรอบเวลาที่คาดการณ์ไว้ สำหรับ ข้อเสนอความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ รวมถึงข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคต (Forward-Looking Statement) ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นเพียงมุมมองของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสารเท่านั้น ซึ่งมีความเสี่ยง และความไม่แน่นอน โดยอาจ เปลี่ยนแปลงได้ในอนาคตตามสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน ปัจจัยทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นใดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันที่จะต้อง แจ้งปรับปรุงข้อมูลหรือข้อความดังกล่าวให้ทราบ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทฯ จะมีการอนุมัติปรับเปลี่ยนแผนงาน หรือเป้าหมาย หรือข้อมูล อื่นใด ที่จะทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลท.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชี้ชวนให้เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเทศหรือเขตปกครองพิเศษใดๆ ที่การกระทำดังกล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจาก การผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่ำเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลง ทุนด้วยความรอบคอบและระมัดระวัง

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างความเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมายการคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและวิจารณญานของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ตลท. กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของ ตลท. ไม่รับผิดชอบต่อ ความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรง ความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญาหรือความเสียหาย อันเป็นผลสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือในข้อมูลดังกล่าว หรือจากการ ที่ผลการดำเนินงานจริงไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

สารบัญ

	หน้า
ภาพรวมบริษัท	1
ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ	2
เป้าหมาย ณ ปี 2571	3
แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างการเติบโตผ่านการเพิ่มสัดส่วนธุรกิจสินค้าไก่แปรรูปปรุงสุกที่มีมูลค่าเพิ่ม (CAV) และมีอัตรากำไรสูง	4
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การขยายธุรกิจไก่ดิบ (Raw Meat) ให้เติบโตและรองรับการเติบโตของธุรกิจไก่แปรรูปปรุงสุกที่มีมูลค่าเพิ่ม (CAV)	6
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ขยายธุรกิจใหม่โดยการต่อยอดผลิตภัณฑ์พลอยได้ให้เป็นสินค้ามูลค่าสูง (Pet Food)	7
แผนกลยุทธ์ที่ 4 : การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน	9
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	11
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	12
แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน	13
แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ	14
เอกสารแนบ	16

บริษัท ฟู้ดโมเม้นท์ จำกัด (มหาชน)

sSET

เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม

CG Report : -

SET ESG Ratings: **-**

ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): **-**

ภาพรวมธุรกิจ

บริษัทประกอบธุรกิจโดยการถือหุ้นในบริษัทอื่น (Holding Company) โดยมีบริษัทย่อยที่ประกอบธุรกิจหลัก 2 ธุรกิจ คือ ผลิตและจำหน่ายไก่ชำแหละ และผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนไก่แปรรูปปรุงสุก

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	-
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	7,191.95	7,382.14	5,791.00	N/A
ค่าใช้จ่าย	6,330.35	6,565.09	5,491.69	N/A
Net Profit	673.93	701.61	233.88	N/A
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	4,970.85	4,702.97	3,466.23	N/A
หนี้สิน	1,199.85	1,269.40	1,394.57	N/A
ส่วนผู้ถือหุ้น	3,719.56	3,391.38	2,031.95	N/A
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	646.54	1,057.95	405.22	N/A
กิจกรรมลงทุน	-328.29	-852.57	-20.61	N/A
กิจกรรมจัดหาเงิน	-486.29	344.41	-618.31	N/A
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.68	0.80	0.30	N/A
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	15.26	14.86	9.27	N/A
อัตรากำไรสุทธิ (%)	9.62	9.70	4.06	N/A
D/E Ratio (เท่า)	0.32	0.37	0.67	N/A
ROE (%)	18.95	25.87	11.51	N/A
ROA (%)	17.60	20.12	8.04	N/A

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท

แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

Net Profit	**1,103.00** ล้านบาท

แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างการเติบโตผ่านการเพิ่มสัดส่วนธุรกิจสินค้าไก่แปรรูปปรุงสุกที่มี มูลค่าเพิ่ม (CAV) และมีอัตรากำไรสูง	✓		
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การขยายธุรกิจไก่ดิบ (Raw Meat) ให้เติบโตและรองรับการเติบโตของธุรกิจไก่ แปรรูปปรุงสุกที่มีมูลค่าเพิ่ม (CAV)	✓		
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ขยายธุรกิจใหม่โดยการต่อยอดผลิตภัณฑ์พลอยได้ให้เป็นสินค้ามูลค่าสูง (Pet Food)	✓		
4. แผนกลยุทธ์ที่ 4 : การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน		✓	
แผนด้านธรรมาภิบาล			
1. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน			
2. แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน			
3. แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ			

หมายเหตุ : *เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษา จากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญหายจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
Net Profit (ล้านบาท)	233.88	701.61	673.93	**1,103.00**

บริษัท ฟู้ดโมเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ตั้งเป้าหมายรายได้ที่ 10,068 ล้านบาท และกำไรสุทธิที่ 1,103 ล้านบาท ภายในปี 2571 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 12% และ 16% จากปี 2568-2571 ตามลำดับ การเติบโตดังกล่าวจะขับเคลื่อนด้วยการเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูง การขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์ และการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม

ในช่วง 3 ปีข้างหน้า บริษัทฯ จะมุ่งเสริมความแข็งแกร่งในธุรกิจหลักและขยายสัดส่วนธุรกิจที่มีอัตรากำไรสูง ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยบริษัทฯ จะนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ผ่านสินค้าแปรรูปมูลค่าเพิ่ม (CAV) เพิ่มมูลค่าการซื้อเฉลี่ยของลูกค้าปัจจุบัน (Basket Size) และขยายฐานลูกค้าสู่กลุ่ม Retail, Food Service และ QSR เพื่อเพิ่มการเข้าถึงช่องทางจำหน่าย รวมถึงให้ความสำคัญกับการรักษาและเพิ่มลูกค้าในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนผลักดันนวัตกรรมร่วมกับลูกค้าในสหภาพยุโรป และขยายสู่ตลาดใหม่ ได้แก่ แคนาดา ฟิลิปปินส์ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และกลุ่มประเทศแอฟริกาใต้

บริษัทฯ จะเร่งขยายธุรกิจไก่ดิบให้สอดคล้องกับความต้องการ CAV ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งรวมถึงการเพิ่มปริมาณการขายให้กับลูกค้า การขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่ม Food Service และ Industrial และการเพิ่มยอดขายชิ้นส่วนไก่ประเภทต่าง ๆ ในตลาดต่างประเทศ เพื่อยกระดับโครงสร้างผลิตภัณฑ์และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้วัตถุดิบ (Yield) เพื่อสร้างการเติบโตใหม่ๆ

บริษัทฯ มีแผนพัฒนาธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food) ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาและประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ ทั้งการลงทุนเองหรือการออกแบบและก่อสร้างโรงงานใหม่ การสรรหาและพัฒนาทีมงาน ตลอดจนการพิจารณาโอกาสการควบรวมและซื้อกิจการ (M&A) เพื่อเร่งการสร้างขีดความสามารถของธุรกิจ

บริษัทฯ จะยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านการเพิ่มระบบอัตโนมัติในสายการผลิตและพัฒนาประสิทธิภาพ รวมถึงการติดตั้งระบบ Barcode เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความถูกต้องและสนับสนุนการตรวจสอบข้อมูลสินค้าย้อนกลับ พร้อมกับการพัฒนาโปรแกรมบริหารเส้นทางขนส่ง เพื่อลดต้นทุนโลจิสติกส์ ตลอดจนการติดตั้ง Solar Roof เพิ่ม เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และการวางแผนการผลิตตามความต้องการจริง (Demand-based Production Planning) เพื่อลดความสูญเสียจากสินค้าคงคลัง

มาตรการเชิงกลยุทธ์เหล่านี้จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถเติบโตอย่างยั่งยืน เพิ่มอัตรากำไร และเสริมความสามารถในการแข่งขัน ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศได้อย่างมั่นคง

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การสร้างการเติบโตผ่านการเพิ่มสัดส่วนธุรกิจสินค้าไก่แปรรูปปรุงสุกที่มีมูลค่าเพิ่ม (CAV) และมีอัตรากำไรสูง

มุ่งยกระดับโครงสร้างรายได้ของบริษัท โดยเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูง เช่น สินค้าแปรรูปมูลค่าเพิ่ม (CAV) ผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง/พร้อมรับประทาน และสินค้าเฉพาะกลุ่มลูกค้า (Customized Solutions) ผ่านการต่อยอดฐานลูกค้าเดิม การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าศักยภาพในประเทศ และการรุกตลาดต่างประเทศเชิงกลยุทธ์ เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขันและยกระดับความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว กลยุทธ์ดังกล่าวช่วยให้บริษัทฯ เปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้ผลิตวัตถุดิบ” ไปเป็น “ผู้ให้บริการโซลูชันอาหารคุณภาพสูง” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Margin) เพิ่มคุณภาพรายได้ และเสริมสร้างความเสถียรของผลประกอบการในอนาคต

ตลาดต่างประเทศ

ประเทศญี่ปุ่น (Japan)

- ขยายฐานลูกค้าใหม่ ผ่านมาตรฐานคุณภาพสูงและความน่าเชื่อถือ ศึกษาความต้องการผู้บริโภคและโอกาสของสินค้า ปรับสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะกับความต้องการของผู้บริโภค
- เพิ่มส่วนแบ่งตลาดในกลุ่ม QSR ผ่านจุดแข็งด้านคุณภาพสินค้าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า

สหภาพยุโรป (EU)

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับลูกค้า เพื่อเพิ่มความหลากหลายของสินค้าและตอบสนองความต้องการเฉพาะของตลาดยุโรป
- ขยาย Basket Size ของลูกค้าเดิม ผ่านการจัดทำ Joint Business Plan เพื่อร่วมกันวางแผนด้านผลิตภัณฑ์ พร้อมสร้างความร่วมมือกับ Distributor และ Key Accounts เพื่อเสริมความแข็งแกร่งของช่องทางกระจายสินค้า

ตลาดประเทศใหม่ (Strategic Country) : แคนาดา ฟิลิปปินส์ กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และกลุ่มประเทศแอฟริกาใต้

- ขยายสู่ตลาดใหม่เพื่อกระจายความเสี่ยง ลดการพึ่งพาตลาดหลัก และเพิ่มศักยภาพการเติบโตในตลาดต่างประเทศ โดยคัดเลือกประเทศเป้าหมายจากขนาดตลาด ศักยภาพการเติบโต และระดับความต้องการสินค้า

ตลาดภายในประเทศ

การขยายความร่วมมือกับลูกค้าภายในประเทศที่มีอยู่เดิม (Existing Domestic Customers)

- พัฒนานวัตกรรมสินค้าใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย ทั้งด้านรสชาติ รูปแบบผลิตภัณฑ์ และความสะดวก ในการใช้งาน พร้อมเสริมศักยภาพด้าน R&D และการปรับสูตรให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง
- ขยาย Basket Size ของลกค้าเดิม โดยเสนอสินค้าใหม่เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มรายได้

การขยายฐานลูกค้าใหม่ภายในประเทศ (New Domestic Customers)

- เจาะกลุ่มลูกค้าร้านอาหาร QSR และ Food Service ซึ่งเป็นตลาดที่เติบโตเร็วและต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและปริมาณต่อเนื่อง โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์เฉพาะทางที่ตอบโจทย์การใช้งานของลูกค้าแต่ละประเภทอย่างเหมาะสม

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	27.48	-2.58	11.25	11.02	13.35
Net Profit Margin (%)	9.70	9.62	8.85	10.13	10.97

แผนงานที่สำคัญ

แผนกลยุทธ์ที่ 1

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งยกระดับโครงสร้างรายได้ของบริษัทโดยเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีอัตรากำไรสูง เช่น สินค้าแปรรูปมูลค่าเพิ่ม (CAV) ผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง/พร้อมรับประทาน และสินค้าเฉพาะกลุ่มลูกค้า (Customized Solutions) ผ่านการต่อยอดฐานลูกค้าเดิม การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าศักยภาพในประเทศ และการรุกตลาดต่างประเทศเชิงกลยุทธ์ เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขันและยกระดับความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว กลยุทธ์ดังกล่าวช่วยให้บริษัทฯ เปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้ผลิตวัตถุดิบ” ไปเป็น “ผู้ให้บริการโซลูชันอาหารคุณภาพสูง” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายอัตรากำไรขั้นต้น (Gross Margin) เพิ่มคุณภาพรายได้ และเสริมสร้างความเสถียรของผลประกอบการในอนาคต	2569	• 1) รายได้เพิ่มขึ้นจาก CAV ในลูกค้าปัจจุบัน • 2) รายได้ในประเทศเพิ่มขึ้นจากการขยายฐานลูกค้า Retail/ Food Service/QSR • 3) รายได้จากต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นจากการขยายตลาดประเทศใหม่ (Strategic Country)
	2570	• 1) รายได้จาก CAV เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาสินค้าเพื่อตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของลูกค้า • 2) รายได้ในประเทศเพิ่มขึ้นจากความร่วมมือกับลูกค้ากลุ่ม Food Service/ QSR และการเติบโตของ SKU ใหม่ที่พัฒนาร่วมกัน (Joint Business Plan) • 3) รายได้ต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากออเดอร์ ที่กลับมาซื้อซ้ำ (Recurring Orders)
	2571	• 1) รายได้ทั้งในและต่างประเทศเติบโตต่อเนื่องจากการขยายพอร์ต CAV จากฐานลูกค้าขนาดใหญ่ขึ้น และมีคำสั่งซื้อประจำเพิ่มขึ้น • 2) รายได้ต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่เพิ่ม คำสั่งซื้อใหม่ และการขยายตลาดประเทศใหม่ (Strategic Country)

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

- **ลักษณะความเสี่ยง**
  - ผู้บริโภคอาจปรับเปลี่ยนความต้องการสินค้า เช่น เลือกสินค้าที่มีความสะดวกมากขึ้น สูตรอาหารที่เฉพาะเจาะจงขึ้น หรือสินค้าที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงขึ้น
- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ผลิตภัณฑ์อาจไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า ทำให้เสียความสามารถในการแข่งขัน และอาจส่งผลให้เกิดการเติบโตที่ช้าลงหรือการชะลอตัวของยอดขายสินค้าที่มีอัตรากำไรสูง
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - เร่งกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Innovation) ให้ตอบสนองตามเทรนด์ลูกค้าแบบเรียลไทม์ โดยใช้ข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า (Consumer Insight)
  - ร่วมมือกับลูกค้ารายใหญ่เพื่อออกแบบสูตรสินค้าใหม่ให้ตรงความต้องการ

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : การขยายธุรกิจไก่ดิบ (Raw Meat) ให้เติบโตและรองรับการเติบโตของธุรกิจไก่แปรรูปปรุงสุกที่มีมูลค่าเพิ่ม (CAV)

เสริมความมั่นคงด้านอุปทาน โดยเพิ่มปริมาณการผลิตไก่ดิบให้สอดคล้องกับการเติบโตของ CAV และแผนการขยายธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพ ปรับปรุง Yield รวม และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนของบริษัท

ตลาดภายในประเทศ

การขยายความร่วมมือกับลูกค้าภายในประเทศที่มีอยู่เดิม (Existing Domestic Customers)

- เพิ่มปริมาณการขายไก่ดิบให้กับลูกค้าปัจจุบัน เพื่อตอบรับความต้องการที่เติบโตต่อเนื่องในตลาดในประเทศ พร้อมปรับระบบการผลิตและการส่งมอบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อรองรับปริมาณสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจ CAV

การขยายฐานลูกค้าใหม่ภายในประเทศ (New Domestic Customers)

- ขยายไปสู่กลุ่ม Food Service และ Industrial ด้วยผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาให้เหมาะกับการใช้งาน ทั้งในด้านคุณภาพ ความสม่ำเสมอ และความสะดวกในการเตรียมอาหาร

ตลาดต่างประเทศ

การขยายความร่วมมือกับลูกค้าต่างประเทศที่มีอยู่เดิม (Existing International Customers)

- เพิ่มยอดขายให้กับลูกค้าต่างประเทศรายเดิมที่มีความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ขยายการจำหน่ายชิ้นส่วนไก่ให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากไก่ทั้งตัว

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	27.48	-2.58	11.25	11.02	13.35
Net Profit Margin (%)	9.70	9.62	8.85	10.13	10.97

แผนงานที่สำคัญ

กลยุทธ์ที่ 2

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
เสริมความมั่นคงด้านอุปทาน โดยเพิ่มปริมาณการผลิตและการขายไก่ดิบให้สอดคล้องกับการเติบโตของ CAV ส่งผลให้เกิดการใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพ ปรับปรุง yield รวม และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนของบริษัท	2569	• 1) รายได้จากธุรกิจไก่ดิบ (Raw Meat) เติบโตตามความต้องการจากธุรกิจไก่ปรุงสุก (CAV) • 2) รายได้ต่างประเทศเพิ่มจากญี่ปุ่น/EU ผ่านการทดลองสินค้าและเพิ่ม SKU ให้ตรงตามความต้องการของตลาดปลายทาง
	2570	• 1) รายได้ในประเทศเพิ่มจากการขยายฐานลูกค้าใหม่ในกลุ่ม Industrial และลูกค้าเดิมสั่งซื้อเพิ่ม • 2) รายได้ต่างประเทศเพิ่มจากออเดอร์ประจำ (Recurring Orders)
	2571	• 1) ความสัมพันธ์กับลูกค้ารายใหญ่แข็งแกร่งขึ้น ส่งผลให้คำสั่งซื้อเพิ่มและเชื่อมั่นในมาตรฐานคุณภาพ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		• 2) รายได้จากตลาดต่างประเทศเติบโตแบบมีคุณภาพ (Quality Growth) โดยมุ่งเน้นประเทศที่ให้ผลตอบแทนดี ทำให้รายได้รวมเพิ่มขึ้น

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

- **ลักษณะความเสี่ยง**
  - การแข็งค่าหรืออ่อนค่าของค่าเงินอาจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเมื่อบริษัทมีสัดส่วนรายได้จากการส่งออกเพิ่มขึ้น ทำให้กระทบต่อรายได้และอัตรากำไรของธุรกิจที่มีอัตรากำไรสูง
- **ผลกระทบความเสี่ยง**

  ความผันผวนของค่าเงินอาจทำให้ความสามารถในการทำกำไรลดลง โดยเฉพาะในประเทศที่มีความผันผวนด้านค่าเงินสูง
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - ติดตามความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอ
  - ใช้เครื่องมือบริหารความเสี่ยง เช่น สัญญาซื้อขายเงินตราล่วงหน้า (Forward Contract)

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ขยายธุรกิจใหม่โดยการต่อยอดผลิตภัณฑ์พลอยได้ให้เป็นสินค้ามูลค่าสูง (Pet Food)

มุ่งสร้างแหล่งกำไรใหม่ที่ให้อัตรากำไรสูง โดยใช้ประโยชน์จาก by-products ของกระบวนการผลิตเดิมในการพัฒนาธุรกิจ Pet Food ซึ่งเป็นตลาดที่มีอัตราเติบโตสูง ช่วยเพิ่มรายได้และปรับปรุงโครงสร้างกำไรของบริษัทในระยะยาว

การศึกษาความเป็นไปได้

- วิเคราะห์ขนาดตลาดและสภาวะการแข่งขันในธุรกิจ Pet Food ควบคู่กับการประเมินข้อกำกับที่เกี่ยวข้องและความเหมาะสมของ by-products ของบริษัทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การออกแบบและพัฒนาโรงงาน

- กำหนดกำลังการผลิตให้เหมาะสมกับเป้าหมายธุรกิจ พร้อมออกแบบผังโรงงานและเลือกเทคโนโลยีที่จำเป็น จัดทำแผนงบลงทุน (Capex) และวางระบบมาตรฐานคุณภาพ รวมถึงข้อกำกับที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน

การสรรหาและพัฒนาทีมงาน

- สรรหาทีมงานด้าน R&D, QC, Production และ Commercial ควบคู่กับการพัฒนาความเชี่ยวชาญด้านการปรุงสูตรและเทคโนโลยีอาหารสัตว์เลี้ยง เพื่อเสริมทักษะที่จำเป็นในการผลิตสินค้าพรีเมียมสำหรับตลาด Pet Food

การพิจารณาโอกาส M&A

- ค้นหาและประเมินกิจการที่มีเทคโนโลยีหรือศักยภาพด้าน Pet Food ผ่านกระบวนการ Due Diligence เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและความคุ้มค่าของการลงทุน พร้อมใช้ M&A เป็นกลไกเร่งการเข้าสู่ตลาด

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต

เป้าหมาย

- **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	27.48	-2.58	11.25	11.02	13.35
Net Profit Margin (%)	9.70	9.62	8.85	10.13	10.97

แผนงานที่สำคัญ

แผนกลยุทธ์ที่ 3

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งสร้างแหล่งกำไรใหม่ที่ให้อัตรากำไรสูง โดยใช้ประโยชน์จาก by-products ของกระบวนการผลิตเดิมในการพัฒนาธุรกิจ Pet Food ซึ่งเป็นตลาดที่มีอัตราเติบโตสูง ช่วยเพิ่มรายได้และปรับปรุงโครงสร้างกำไรของบริษัทในระยะยาว	2569	• 1) วางรากฐานสำคัญของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food) ผ่านการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งการลงทุนเองหรือ M&A
	2570	• 1) ออกแบบโรงงาน • 2) การจัดตั้งทีมงานหลักด้าน R&D/QC/Production
	2571	• 1) เริ่มมีรายได้จากธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food) • 2) บริษัทเริ่มขยายฐานลูกค้าและสร้างพันธมิตรในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อรองรับการเติบโตเชิงพาณิชย์ในปีถัดไป

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การแข่งขันในอุตสาหกรรม

- **ลักษณะความเสี่ยง**
  - บริษัทต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งอาจมีความได้เปรียบด้านต้นทุน คุณภาพสินค้า ชื่อเสียง แบรนด์ หรือช่องทางจัดจำหน่ายที่แข็งแกร่งกว่า
  - ความคาดหวังของลูกค้าที่เพิ่มสูงขึ้น เช่น มาตรฐานคุณภาพ ความหลากหลายของสินค้า และบริการครบวงจร ทำให้บริษัทต้องพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่องเพื่อแข่งขันได้
- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ความสามารถในการแข่งขันลดลง หากบริษัทไม่สามารถพัฒนาสินค้า บริการ หรือราคาที่ตอบโจทย์ตลาดได้ทันเวลา
  - อาจสูญเสียลูกค้าเดิมให้แก่คู่แข่งที่มีความได้เปรียบด้านคุณภาพ ราคา หรือช่องทางจำหน่าย
  - อาจกระทบต่อรายได้และอัตรากำไรในระยะยาว หากไม่สามารถรักษาตำแหน่งในตลาดได้
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - ติดตามแนวโน้มตลาด คู่แข่ง และนวัตกรรมสินค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงเชิงรุก
  - มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และยกระดับคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง ให้สอดคล้องกับเทรนด์ผู้บริโภค
  - สร้างความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน (Partnerships) เพื่อเพิ่มความได้เปรียบด้านราคา คุณภาพ และการส่งมอบ
  - พัฒนาแบรนด์และความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) เพื่อลดการเปลี่ยนผู้จัดหาสินค้าและเพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า

แผนกลยุทธ์ที่ 4 : การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน

มุ่งยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ทั้งธุรกิจไก่ปรุงสุก (CAV) และธุรกิจไก่ดิบ ผ่านการลงทุนในเทคโนโลยีและระบบบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุน เพิ่มความแม่นยำในการวางแผนการผลิต และเสริมความสามารถในการควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยกลยุทธ์สำคัญครอบคลุมตั้งแต่การใช้ระบบอัตโนมัติในสายการผลิต การบริหารโลจิสติกส์อย่างยืดหยุ่น ไปจนถึงการใช้ข้อมูลการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้าน yield management ทั้งหมดนี้ช่วยให้บริษัทสามารถลดความสูญเสีย ลดต้นทุนพลังงานและ โลจิสติกส์ และเพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า ตลอดจนรองรับการเติบโตและขยายธุรกิจในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

การเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ CAV

- การบริหารต้นทุนโลจิสติกส์ผ่านรูปแบบการซื้อขายที่ยืดหยุ่น (FOB/CFR/CIF) เพื่อลดผลกระทบต่อต้นทุน โดยจะเน้นสัดส่วน การขายในรูปแบบ FOB หรือ Ex Works มากขึ้นในช่วงที่อัตราค่าขนส่งระหว่างประเทศมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น
- วางแผนการผลิตตามความต้องการจริง (Demand-based Production Planning) เพื่อลดความสูญเสียจากสินค้าคงคลัง
- เพิ่มการติดตั้ง Solar Roof เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน

การเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจไก่ดิบ

- การเพิ่มระบบอัตโนมัติในสายการผลิตเพื่อยกระดับประสิทธิภาพ ลดต้นทุนแรงงาน และเพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า
- พัฒนาประสิทธิภาพระบบ Barcode เพื่อเสริมการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management System) ทำให้สามารถควบคุมการไหลของวัตถุดิบและสินค้าได้อย่างเป็นระบบ พร้อมระบุและติดตามสถานะสินค้าได้อย่างชัดเจนและแม่นยำ
- เสริมศักยภาพโลจิสติกส์ด้วยโปรแกรมบริหารเส้นทางขนส่ง (Transportation Route Management System) เพื่อยกระดับ การวางแผนเส้นทางแบบอัตโนมัติและการติดตามการขนส่งผ่าน GPS ช่วยลดความผิดพลาด ลดระยะเวลาและระยะทางในการส่งมอบสินค้า เป็นการลดต้นทุนโลจิสติกส์อย่างเป็นระบบ
- ดำเนินโครงการลดต้นทุนควบคู่กับการปรับปรุงกระบวนการผลิต โดยใช้ข้อมูลจากการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้าน yield management พร้อมลดของเสียและยกระดับความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า
- เพิ่มการติดตั้ง Solar Roof เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

- **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
Gross Profit Margin (%)	14.86	15.26	12.85	14.11	15.13
Net Profit Margin (%)	9.70	9.62	8.85	10.13	10.97

แผนงานที่สำคัญ

กลยุทธ์ที่ 4

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
มุ่งยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานทั้งในธุรกิจไก่ปรุงสุก (CAV) และธุรกิจไก่ดิบ ผ่านการลงทุนในเทคโนโลยีและระบบบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุน เพิ่มความแม่นยำในการวางแผนการผลิต และเสริมความสามารถในการควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดย กลยุทธ์สำคัญครอบคลุม	2569	• 1) Yield ดีขึ้นในสายการผลิตหลัก ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วยลดลง และการวางแผนผลิตตามความต้องการ (Demand-based Production) เริ่มสร้างประสิทธิภาพ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ตั้งแต่การใช้ระบบอัตโนมัติในสายการผลิต การบริหาร โลจิสติกส์อย่างยืดหยุ่น ไปจนถึงการใช้ข้อมูลการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้าน yield management ทั้งหมดนี้ช่วยให้บริษัทสามารถลดความสูญเสีย ลดต้นทุนพลังงานและโลจิสติกส์ และเพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า ตลอดจนรองรับการเติบโตและขยายธุรกิจในอนาคตได้อย่างยั่งยืน		• 2) เริ่มใช้ Automation ลดต้นทุนแรงงานและเพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพ • 3) ความถูกต้องในการบริหารสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น จากการปรับปรุงประสิทธิภาพระบบ Barcode และการติดตั้งเพิ่มเติม
	2570	• 1) อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากการเริ่มใช้ระบบ Automation และ Real-time Quality Control ทำให้ควบคุมของเสีย (Defect Rate) ได้ดีขึ้น • 2) ต้นทุนโลจิสติกส์ลดลง การส่งมอบแม่นยำขึ้นจากระบบบริหารเส้นทางขนส่ง • 3) ค่าใช้จ่ายด้านพลังงานลดลงอย่างต่อเนื่องจากการใช้ Solar Roof เพิ่ม
	2571	• 1) การผลิตมีเสถียรภาพสูง ความสูญเสียต่ำ และต้นทุนต่อหน่วยลดลงอย่างต่อเนื่อง • 2) รักษาอัตรากำไรในระดับสูงอย่างยั่งยืน ด้วย End-to-End Cost Optimization • 3) ความสามารถแข่งขันด้านต้นทุนและคุณภาพเพิ่มขึ้น รองรับออเดอร์มูลค่าสูงในระยะยาว

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า

- **ลักษณะความเสี่ยง**
  - เกิดความผิดพลาดในการแปรรูปหรือปนเปื้อนในสายการผลิต
  - การปลอมปนสินค้า/สินค้าลอกเลียนแบบกระทบชื่อเสียง
  - ความเสี่ยงการเรียกคืนสินค้า (Recall)
- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ผลกระทบต่อชื่อเสียงและความเชื่อมั่นผู้บริโภค
  - ค่าใช้จ่ายความเสียหายและค่าใช้จ่ายเรียกคืนสินค้า
  - ความเสี่ยงต่อการส่งออกและโอกาสทางธุรกิจ
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - สร้างระบบ Food Traceability ที่ตรวจสอบได้
  - ปรับปรุงมาตรฐาน QA/QC อย่างเข้มงวด
  - ทำประกันภัยความรับผิดต่อสินค้า (Product Liability Insurance)
  - ตรวจสอบ Supplier อย่างสม่ำเสมอ

ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทมุ่งเสริมสร้างระบบการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง ยึดหลักไม่ยอมรับการทุจริตทุกรูปแบบ (Zero Tolerance) ผ่านการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน การควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความโปร่งใส

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ประกาศเจตนารมณ์	2570	• สมัครเข้าร่วมโครงการ ประกาศเจตนารมณ์
	2571	• ได้รับการรับรอง

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : แผนงานไม่เป็นไปตามกรอบเวลาที่กำหนด

- **ลักษณะความเสี่ยง**
  - ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดเตรียมเอกสารในการดำเนินการขอใบรับรอง
- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - เกิดความล่าช้าในการขอใบรับรอง

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - จัดตั้งคณะทำงานเพื่อดูแลติดตามผลการดำเนินงาน

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://www.foodmoments.co.th/th/investor-relations/corporate-governance/whistleblowing-channel

แผนยกระดับการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน

ยกระดับแผนการป้องกันการใช้ข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันการใช้ข้อมูลภายใน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
• จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันการใช้ข้อมูลภายในที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	เสร็จสิ้น	-	-	-
• มีกระบวนการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในอย่างเป็นระบบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
• การรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการใช้ข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
ประกาศรายชื่อบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูล inside information ในการทำธุรกรรมใดๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์และต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนเป็นรายครั้งภายในบริษัท	-	-	-	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
จัดทำสรุปรายการการซื้อ ขาย หลักทรัพย์ ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับ inside information นำเสนอต่อคณะกรรมการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	2571	• จัดทำรายงานเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : การใช้ข้อมูลภายใน

- **ลักษณะความเสี่ยง**
  - บุคคลที่ทราบข้อมูลภายในนำข้อมูลไปหาผลประโยชน์ในการแสวงหากำไรจากราคาหุ้น หรือนำข้อมูลที่ทราบไปบอกผู้อื่น
- **ผลกระทบความเสี่ยง**
  - ทำให้นักลงทุนสูญเสียความเชื่อมั่นใน ความโปร่งใสและธรรมาภิบาล และส่งผลต่อภาพลักษณ์บริษัทในระยะยาว
- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - ทบทวนและปรับปรุงนโยบายให้มีความเหมาะสมอยู่เสมอ
  - มีการควบคุมการเข้าถึงข้อมูลภายใน
  - การอบรมและสร้างความตระหนักรู้
  - กำหนดการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้ง
  - กำหนดบทลงโทษและการดำเนินการทางวินัย

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://www.foodmoments.co.th/th/investor-relations/corporate-governance/corporate-policies

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งยกระดับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการรับมือกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน อาทิ ภัยธรรมชาติ ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน โดยบริษัทฯ พัฒนากระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การประเมินและบริหารความเสี่ยง การจัดทำและทบทวนแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ การเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรและการสื่อสาร ตลอดจนการฟื้นฟูการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ลดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืนในระยะยาว

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีการจัดทำ ทบทวน แผนบริหารความต่อเนื่อง และซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
• การจัดทำและทบทวนแผนบริหารความต่อเนื่อง หรือ Business Continuity Plan (BCP) ประจำปี	ยังไม่ดำเนินการ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
• การจัดทำ Crisis Management Drill (ซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต)	ยังไม่ดำเนินการ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	สถานะปัจจุบัน	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
จัดตั้งคณะทำงานด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP Working Committee) เพื่อดูแลติดตามผล	-	-	-	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ทบทวนและยกระดับแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) ในทันสมัยอยู่เสมอ และกำหนดแผนการซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต (Crisis Management Drill) ประจำปี	2570 2571	• การจัดทำ Crisis Management Drill (ซ้อมรับมือเหตุการณ์ วิกฤต) ประจำปี • การตอบสนองต่อสถานการณ์จำลอง เป็นไปตามกรอบระยะเวลาเป้าหมายที่กำหนด

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : แผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) ที่จัดทำขึ้นไม่สามารถใช้งานได้จริง เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤต

- **ลักษณะความเสี่ยง**

  บริษัทระบุภัยคุกคามหรือเหตุการณ์ที่อาจได้รับผลกระทบ ไม่ครอบคลุม ครบถ้วน ทำให้เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ หรือ เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤต จะทำให้ขาดมาตรการในการป้องกัน แก้ไข และฟื้นฟูอย่างเป็นระบบ

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

  การหยุดชะงักหรือการหยุดประกอบธุรกิจอาจส่งผลกระทบต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ การสูญเสียความเชื่อมั่นและฐานลูกค้า การสูญเสียรายได้ และการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ทั้งนี้ ในกรณีที่มีความรุนแรงอาจส่งผลให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ หรือถึงขั้นต้องยุติการประกอบกิจการ

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**
  - จัดตั้งคณะทำงานด้าน BCP กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของคณะทำงานอย่างชัดเจน พร้อมได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง
  - จัดทำและปรับปรุงแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ บรรจุภารกิจด้าน BCP เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานประจำปีของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
  - เตรียมความพร้อมด้านทรัพยากร ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในภาวะฉุกเฉิน
  - กำหนดแนวทางการฟื้นฟูการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถกลับมาดำเนินธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและลดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
  - มีการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกด้วยการทำประกันธรกิจหยุดชะงัก

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://www.foodmoments.co.th/th/investor-relations/corporate-governance/corporate-policies

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://www.foodmoments.co.th/th/investor-relations/corporate-governance/corporate-policies