



รายงานความคืบหน้า ประจำปีไตรมาสที่ 2 ปี 2569

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571



บริษัท ฟู้ดโมเมนต์ จำกัด (มหาชน)

(FM)

ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569

รายงานฉบับนี้เผยแพร่เมื่อวันที่ 17/08/2569

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)	5
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ขยายธุรกิจใหม่โดยการต่อยอดผลิตภัณฑ์พลอยได้ให้เป็นสินค้ามูลค่าสูง (Pet Food)	6
แผนกลยุทธ์ที่ 4 : การยกระดับประสิทธิภาพการผลิตและบริหารต้นทุน	7
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	9
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	10
แผนยกระดับการป้องกันการรั่วไหลข้อมูลภายใน	11
แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ	12
เอกสารแนบ	13

sSET	CG Report : -
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร / อาหารและเครื่องดื่ม	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 บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบต่อ ความเสียหายหรือสูญเสียจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 1
แผนธุรกิจ

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	เป้าหมาย	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2571	2568	6M/2569
Net Profit (ล้านบาท)	1,103.00	673.93	374.25

บริษัท ฟู้ดโมเมนต์ 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) เพื่อสร้างการเติบโตใหม่ ๆ

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

บริษัทฯ จะยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานผ่านการเพิ่มระบบอัตโนมัติในสายการผลิตและพัฒนาประสิทธิภาพ รวมถึงการติดตั้งระบบ Barcode เพิ่มเต็มเพื่อเพิ่มความถูกต้องและสนับสนุนการตรวจสอบข้อมูลสินค้าย้อนกลับ 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 ปรับสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค
- 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 ลดการพึ่งพาสถานที่หลัก และเพิ่มศักยภาพการเติบโตในตลาดต่างประเทศ โดยคัดเลือกประเทศเป้าหมายจากขนาดตลาด ศักยภาพการเติบโต และระดับความต้องการสินค้า

ตลาดภายในประเทศ

การขยายความร่วมมือกับลูกค้าภายในประเทศที่มีอยู่เดิม (Existing Domestic Customers)

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

การขยายฐานลูกค้าใหม่ภายในประเทศ (New Domestic Customers)

- เจาะกลุ่มลูกค้าร้านอาหาร QSR และ Food Service ซึ่งเป็นตลาดที่เติบโตเร็วและต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและปริมาณต่อเนื่อง โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์เฉพาะทางที่ตอบโจทย์การใช้งานของลูกค้าแต่ละประเภทอย่างเหมาะสม

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	11.25	11.02	13.35	-2.58	-1.03
Net Profit Margin (%)	8.85	10.13	10.97	9.62	10.52

แผนงานที่สำคัญ

แผนกลยุทธ์ที่ 1

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

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	1) รายได้เพิ่มขึ้นจาก CAV ในลูกค้าปัจจุบัน 2) รายได้ในประเทศเพิ่มขึ้นจากการขยายฐานลูกค้า Retail/ Food Service/ QSR 3) รายได้จากต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นจากการขยายตลาดประเทศใหม่ (Strategic Country)	รายได้ของ CAV ครึ่งปีแรก อยู่ที่ 1,663 ล้านบาท เติบโตจากงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า จำนวน 195 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13.3% มาจากรายได้ลูกค้าปัจจุบัน และการขยายลูกค้ากลุ่ม Retail/ Food Service/QSR

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

เสริมความมั่นคงด้านอุปทาน โดยเพิ่มปริมาณการผลิตไก่ดิบให้สอดคล้องกับการเติบโตของ CAV และแผนการขยายธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพ ปรับปรุง Yield รวม และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนของบริษัท

ตลาดภายในประเทศ

การขยายความร่วมมือกับลูกค้าภายในประเทศที่มีอยู่เดิม (Existing Domestic Customers)

- เพิ่มปริมาณการขายไก่ดิบให้กับลูกค้าปัจจุบัน เพื่อตอบสนองความต้องการที่เติบโตต่อเนื่องในตลาดในประเทศ พร้อมปรับระบบการผลิตและการส่งมอบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อรองรับปริมาณสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจ CAV

การขยายฐานลูกค้าใหม่ภายในประเทศ (New Domestic Customers)

- ขยายไปสู่กลุ่ม Food Service และ Industrial ด้วยผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาให้เหมาะกับการใช้งาน ทั้งในด้านคุณภาพ ความสม่ำเสมอ และความสะดวกในการเตรียมอาหาร

ตลาดต่างประเทศ

การขยายความร่วมมือกับลูกค้าต่างประเทศที่มีอยู่เดิม (Existing International Customers)

- เพิ่มยอดขายให้กับลูกค้าต่างประเทศรายเดิมที่มีความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ขยายการจำหน่ายชิ้นส่วนไก่ให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากไก่ทั้งตัว

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	11.25	11.02	13.35	-2.58	-1.03
Net Profit Margin (%)	8.85	10.13	10.97	9.62	10.52

แผนงานที่สำคัญ

กลยุทธ์ที่ 2

แผนงานที่สำคัญ : เสริมความมั่นคงด้านอุปทาน โดยเพิ่มปริมาณการผลิตและการขายไก่ดิบให้สอดคล้องกับการเติบโตของ CAV ส่งผลให้เกิดการใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มประสิทธิภาพ ปรับปรุง yield รวม และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนของบริษัท

สถานะ ● ดำเนินการอาจล่าช้ากว่ากำหนด		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	1) รายได้จากธุรกิจไก่ดิบ (Raw Meat) เติบโตตามความต้องการจากธุรกิจไก่ปรุงสุก (CAV) 2) รายได้ต่างประเทศเพิ่มจากญี่ปุ่น/EU ผ่านการทดลองสินค้าและเพิ่ม SKU ให้ตรงตามความต้องการของตลาดปลายทาง	รายได้จากการขายสินค้าให้ธุรกิจไก่ปรุงสุก (CAV) เติบโตขึ้น ในทิศทางเดียวกับยอดขายของ CAV อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขาย Raw Meat ให้กับลูกค้าอื่นในครึ่งปีแรกลดลง เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนหน้า จำนวน 234 ล้านบาท คิดเป็น 10.6% มาจาก ผลผลิตไก่เนื้อในประเทศออกสู่ตลาดมากขึ้น ส่งผลให้สถานะตลาดเผชิญกับภาวะอุปทานส่วนเกิน

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : ขยายธุรกิจใหม่โดยการต่อยอดผลิตภัณฑ์พลอยได้ให้เป็นสินค้ามูลค่าสูง (Pet Food)

มุ่งสร้างแหล่งกำไรใหม่ที่ให้อัตรากำไรสูง โดยใช้ประโยชน์จาก by-products ของกระบวนการผลิตเดิมในการพัฒนาธุรกิจ Pet Food ซึ่งเป็นตลาดที่มีอัตราเติบโตสูง ช่วยเพิ่มรายได้และปรับปรุงโครงสร้างกำไรของบริษัทในระยะยาว

การศึกษาความเป็นไปได้

- วิเคราะห์ขนาดตลาดและสถานะการแข่งขันในธุรกิจ Pet Food ควบคู่กับการประเมินข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องและความเหมาะสมของ by-products ของบริษัทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การออกแบบและพัฒนาโรงงาน

- กำหนดกำลังการผลิตให้เหมาะสมกับเป้าหมายธุรกิจ พร้อมออกแบบผังโรงงานและเลือกเทคโนโลยีที่จำเป็น จัดทำแผนงบลงทุน (Capex) และวางระบบมาตรฐานคุณภาพ รวมถึงข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน

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

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Revenue Growth (%) อัตราการเติบโตปีต่อปี (YoY)	11.25	11.02	13.35	-2.58	-1.03
Net Profit Margin (%)	8.85	10.13	10.97	9.62	10.52

แผนงานที่สำคัญ

แผนกลยุทธ์ที่ 3

แผนงานที่สำคัญ : มุ่งสร้างแหล่งกำไรใหม่ที่ให้อัตรากำไรสูง โดยใช้ประโยชน์จาก by-products ของกระบวนการผลิตเดิมในการพัฒนาธุรกิจ Pet Food ซึ่งเป็นตลาดที่มีอัตราเติบโตสูง ช่วยเพิ่มรายได้และปรับปรุงโครงสร้างกำไรของบริษัทในระยะยาว

สถานะ ● ดำเนินการอาจล่าช้ากว่ากำหนด					
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง		ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง		
2569	• 1) วางรากฐานสำคัญของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง (Pet Food) ผ่านการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งการลงทุนเองหรือ M&A		อยู่ระหว่างการศึกษาและหาพาร์ทเนอร์		

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

เป้าหมาย

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	2568	6M/2569
Gross Profit Margin (%)	12.85	14.11	15.13	15.26	14.69
Net Profit Margin (%)	8.85	10.13	10.97	9.62	10.52

แผนงานที่สำคัญ

กลยุทธ์ที่ 4

แผนงานที่สำคัญ : มุ่งยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานทั้งในธุรกิจไก่ปรุงสุก (CAV) และธุรกิจไก่ดิบ ผ่านการลงทุนในเทคโนโลยีและระบบบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อสร้างรายได้เปรียบด้านต้นทุน เพิ่มความแม่นยำในการวางแผนการผลิต และเสริมความสามารถในการควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยกลยุทธ์สำคัญครอบคลุมตั้งแต่การใช้ระบบอัตโนมัติในสายการผลิต การบริหาร โลจิสติกส์อย่างยืดหยุ่น ไปจนถึงการใช้ข้อมูลการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้าน yield management ทั้งหมดนี้ช่วยให้บริษัทสามารถลดความสูญเสีย ลดต้นทุนพลังงานและโลจิสติกส์ และเพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้า ตลอดจนรองรับการเติบโตและขยายธุรกิจในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569	1) Yield ดีขึ้นในสายการผลิตหลัก ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบต่อหน่วยลดลง และการวางแผนผลิตตามความต้องการ (Demand-based Production) เริ่มสร้างประสิทธิภาพ 2) เริ่มใช้ Automation ลดต้นทุนแรงงานและเพิ่มความสม่ำเสมอของคุณภาพ 3) ความถูกต้องในการบริหารสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้น จากการปรับปรุงประสิทธิภาพระบบ Barcode และการติดตั้งเพิ่มเติม	กลุ่มบริษัทฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุน และควบคุมค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถทำอัตรากำไรขั้นต้นที่ 14.69% และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ 4.08% โดยทำการปรับปรุงประสิทธิภาพของ Yield ในสายการผลิต รวมถึงมีการนำ Automation M/C มาใช้มากขึ้น ทำให้กลุ่มบริษัทฯ รักษาระดับอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ 10.52% กลุ่มบริษัทฯ ทำอัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิ ได้ดีกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้

รายงานความคืบหน้า
ส่วนที่ 2
แผนด้านธรรมาภิบาล

รายงานความคืบหน้า : ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทมุ่งเสริมสร้างระบบการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง ยึดหลักไม่ยอมรับการทุจริตทุกรูปแบบ (Zero Tolerance) ผ่านการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน การควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านความโปร่งใส

เป้าหมาย

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

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : ประกาศเจตนารมณ์

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569		ตามแผนงานจะมีการประกาศเจตนารมณ์ ในปี 2570

แผนยกระดับการป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน

ยกระดับแผนการป้องกันการรั่วข้อมูลภายในของกลุ่มบริษัทให้มีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการป้องกันการรั่วข้อมูลภายใน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
จัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติป้องกันการรั่วข้อมูลภายในที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจนและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	-	-	-	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
มีกระบวนการติดตามและตรวจสอบการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการรั่วข้อมูลภายในอย่างเป็นระบบอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การรายงานผลการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการรั่วข้อมูลภายในต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการกระทำผิดมีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ประกาศรายชื่อบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับข้อมูล inside information ในการทำธุรกรรมใดๆ ที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์และต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุนเป็นรายครั้งภายในบริษัท	-	-	เสร็จสิ้น	-	-

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : จัดทำสรุปรายการการซื้อขาย หลักทรัพย์ ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับ inside information นำเสนอต่อคณะกรรมการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569		จัดทำสรุปรายการการซื้อขาย หลักทรัพย์ ของกรรมการ ผู้บริหาร และพนักงานของกลุ่มบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับ inside information นำเสนอต่อคณะกรรมการในการประชุมคณะกรรมการบริษัทครั้งที่ 4/2569 เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2569

การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการบริหารความต่อเนื่องธุรกิจ

บริษัทฯ มุ่งยกระดับการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการรับมือกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน อาทิ ภัยธรรมชาติ ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน โดยบริษัทฯ พัฒนาระบบการบริหารจัดการอย่าง เป็นระบบ ครอบคลุมตั้งแต่การประเมินและบริหารความเสี่ยง การจัดทำและทบทวนแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ การเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรและ การสื่อสาร ตลอดจนการฟื้นฟูการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ลดผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสีย และสนับสนุนการเติบโตขององค์กร อย่างยั่งยืนในระยะยาว

เป้าหมาย

หัวข้อ	เป้าหมาย			ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง	
	2569	2570	2571	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	6M/2569
มีการจัดทำ ทบทวน แผนบริหารความต่อเนื่อง และซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
การจัดทำและทบทวนแผนบริหารความต่อเนื่อง หรือ Business Continuity Plan (BCP) ประจำปี	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ
การจัดทำ Crisis Management Drill (ซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต)	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	ยังไม่ดำเนินการ	ยังไม่ดำเนินการ
จัดตั้งคณะทำงานด้านการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP Working Committee) เพื่อดูแลติดตามผล	-	-	เสร็จสิ้น	-	-

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ : ทบทวนและยกระดับแผนบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Plan) ในทันสมัยอยู่เสมอ และกำหนดแผนการซ้อมรับมือเหตุการณ์วิกฤต (Crisis Management Drill) ประจำปี

สถานะ ● ดำเนินการได้ตามแผน		
ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริง
2569		อยู่ระหว่างการเตรียมความพร้อม

รายงานความคืบหน้า

เอกสารแนบ

รายงานความคืบหน้า : เอกสารแนบ

แผนงาน JUMP+

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://jumpplusmedia-setlink.setgroup.or.th/planSubmission/FM0_JUMP%2B_Plan_Year_2026-2028_TH.pdf

