



บมจ. แพรนด้า จิวเวลรี่
PDJ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

EBIT
300 ล้านบาท

แผนธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 การเสริมศักยภาพเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตในกลุ่มพรีเมียม

- ยกระดับขีดความสามารถด้านการออกแบบ คุณภาพ และความรวดเร็วในการส่งมอบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า Premium ที่มีแนวโน้มเติบโตสูง
- ลดข้อจำกัดด้านกำลังการผลิตและทักษะแรงงาน สามารถรองรับคำสั่งซื้อที่มีความซับซ้อนและมีมูลค่าสูงเพิ่มได้เพิ่มขึ้น
- ยกระดับคุณภาพสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ ลดอัตราของเสีย และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยรวม
- ยกระดับภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีคุณภาพและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในระยะยาว นำไปสู่การสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และการเติบโตของรายได้และกำไรอย่างมั่นคง

เป้าหมาย	ข้อมูลล่าสุด YE/2568	2569	2570	2571
Revenue Growth (%)	-26.61%	25%	15%	15%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	22.55%	23.5%	24.5%	25.5%

- Growth
- Profitability & Efficiency

แผนกลยุทธ์ที่ 2 การเปลี่ยนผ่านด้านกำลังและขีดความสามารถขององค์กร

- ยกระดับกำลังคนและขีดความสามารถขององค์กร เพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านของธุรกิจไปสู่การผลิตสินค้าในกลุ่ม Premium
- พัฒนาทักษะแรงงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานที่มีความซับซ้อน การควบคุมคุณภาพ และความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าสูง
- ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ลดของเสีย และเพิ่มผลิตภาพ
- ปรับระบบแรงจูงใจให้เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงาน เพื่อกระตุ้นให้พนักงานพัฒนาทักษะและรักษามาตรฐานการทำงานในระดับสูง
- นำข้อมูลเชิงวิเคราะห์ (data-driven) มาใช้ในการติดตามและพัฒนาศักยภาพแรงงานอย่างตรงจุด

เป้าหมาย	ข้อมูลล่าสุด YE/2568	2569	2570	2571
อัตรากำไรขั้นต้น (งบการเงินเฉพาะกิจการ) (%)	14%	18%	19%	20%

- Profitability & Efficiency

ข้อมูลภาพรวมบริษัท

Pranda Group ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิต จัดจำหน่ายและค้าปลีกเครื่องประดับแท้เป็นหลัก ปัจจุบันเป็นผู้นำด้านการส่งออกเครื่องประดับอัญมณีของไทยซึ่งมีการกระจายฐานลูกค้าไปยังภูมิภาคที่สำคัญของโลก อันได้แก่ อเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย

แผนกลยุทธ์ที่ 3 การเพิ่มประสิทธิภาพระบบการผลิตและการบริหารต้นทุน

- ยกระดับประสิทธิภาพของระบบการผลิตและการบริหารต้นทุนอย่างครบวงจร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจเครื่องประดับ
- ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ลดความสูญเปล่า ลดอัตราสินค้าไม่ผ่านคุณภาพ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยนำเทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติมาใช้
- ควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อระบุโอกาสในการลดต้นทุนแฝง เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร
- เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างการผลิต การจัดจำหน่าย และการค้าปลีก เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวางแผนการผลิตและบริหารสินค้าคงคลัง

เป้าหมาย	ข้อมูลล่าสุด YE/2568	2569	2570	2571
Gross Profit Margin (%)	22.55%	23.5%	24.5%	25.5%
อัตราการใช้กำลังการผลิต (%)	60%	75%	85%	90%

- Profitability & Efficiency

แผนด้านธรรมาภิบาล

- แผนความเป็นอิสระของกรรมการ**
 - คณะกรรมการมีกรรมการอิสระมากกว่า 50%
- แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน**
 - ต่ออายุการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai IOD)
- แผนยกระดับการกำหนดผลตอบแทนระยะยาวของผู้บริหารโดยเชื่อมโยงกับการดำเนินงานด้าน ESG**
 - กำหนดผลตอบแทนระยะยาวของผู้บริหารโดยเชื่อมโยงกับการดำเนินงานด้าน ESG
 - กำหนดการเรียกคืน (Claw back provision) ไว้ในนโยบายการจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหาร
- แผนยกระดับการจัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ผู้บริหาร และกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ**
 - จัดทำแผนสืบทอดตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ ผู้บริหารและกลุ่มบุคลากรในตำแหน่งสำคัญ
 - มีผู้เชี่ยวชาญประเมิน Human capital ROI (HCROI) เพื่อประเมินประโยชน์ที่บริษัทได้รับจากการพัฒนาบุคลากรในองค์กร

สแกน QR CODE เพื่อศึกษา

แผน JUMP+ ฉบับเต็ม



สื่อประชาสัมพันธ์นี้ จัดทำขึ้นจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนที่มีการเผยแพร่อยู่แล้วบนเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (“ตลท.”) และข้อมูลจากแผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (“แผน JUMP+”) (รวมเรียกว่า “ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียน”) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการนำเสนอข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนต่อผู้สนใจในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเท่านั้น ทั้งนี้ ตลท. ไม่อาจรับรองถึงความครบถ้วน ถูกต้อง ความเป็นปัจจุบัน ความเป็นไปได้ ความสมเหตุสมผล รวมถึงความสำเร็จ ผลลัพธ์ ประสิทธิภาพ และการคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ ตามที่ปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์นี้แต่อย่างใด รวมทั้งไม่มีเจตนาในการชี้ชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน โดย ตลท. ไม่มีความรับผิดชอบต่อนานาชาติหรือความเสียหายใด ๆ ที่เกิดจากการนำข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์นี้ไปใช้ในทุกรูปแบบ ทั้งนี้ หากผู้ลงทุนประสงค์จะลงทุนจะต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจลงทุน