



บริษัท ฟอ์จูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)

FPI | Fortune Parts Industry PCL

การนำเสนอข้อมูลประกอบการ พิจารณารางวัล SET Awards 2025

กลุ่มรางวัล **Sustainability Excellence**

ด้านภาพรวมความยั่งยืน (Sustainability Awards)

นำเสนอโดย ดร.ศรดา ศิริภัทรปรีชา

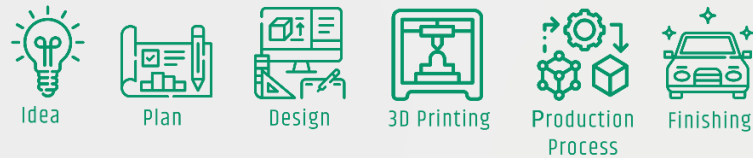
กรรมการบริหาร บมจ. ฟอ์จูน พาร์ท อินดัสตรี

วันที่ 3 กันยายน 2568



- 01 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท
- 02 บริบทเศรษฐกิจชะลอตัว และการเปลี่ยนแปลงภูมิรัฐศาสตร์
- 03 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 04 เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI)
- 05 ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท

- 01** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท
- 02 บริบทเศรษฐกิจชะลอตัว และการเปลี่ยนแปลงภูมิรัฐศาสตร์
- 03 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 04 เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI)
- 05 ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท



IATF 16949: 2016 :
ระบบบริหารคุณภาพองค์กร



ISO 9001: 2015 :
ระบบบริหารคุณภาพ องค์กร



ISO 14001: 2015 :
ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมขององค์กร



ISO 50001: 2011 :
ระบบการจัดการพลังงานขององค์กร

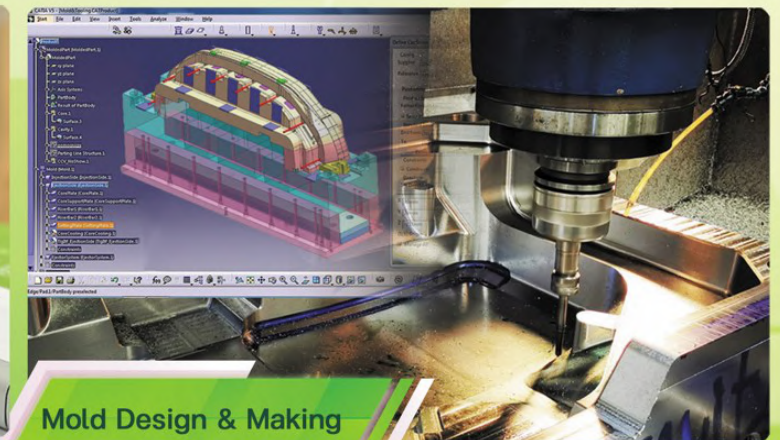


ISO 45001: 2018 :
ระบบการจัดการสุขภาพและความปลอดภัยขององค์กร

มตช.2 เล่ม 2-2564 :

ระบบระบบการจัดการเศรษฐกิจหมุนเวียนสำหรับองค์กร

บริษัท ฟอร์จูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) (FPI) เราคือผู้นำในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ของประเทศไทย เป็นบริษัทแบบการบูรณาการ ที่มีมาตรฐานโรงงานระดับโลก ด้วยประสบการณ์กว่า 33 ปี ความเชี่ยวชาญระดับมืออาชีพ ฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง เทคโนโลยีการฉีดพลาสติก FPI ได้แสดงให้เห็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า



FORTUNE PARTS INDUSTRY PUBLIC COMPANY LIMITED

บริษัท ฟอ์จูน พาร์ท อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)



Establish in

1991

Listed in mai.

2011

CG Report :



CAC Anti-Corruption Certification

: YES

378.26

Paid-up (M.Baht)

2,360.33

Market Cap (M.Baht)

2.24 / 1.45

52 Week High/Low



Subsidiaries and Associate
Companies across the World



2

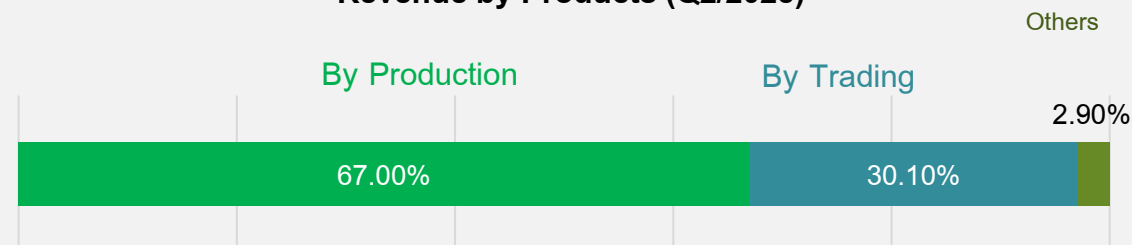
Company in
Thailand



2

Company in
Overseas

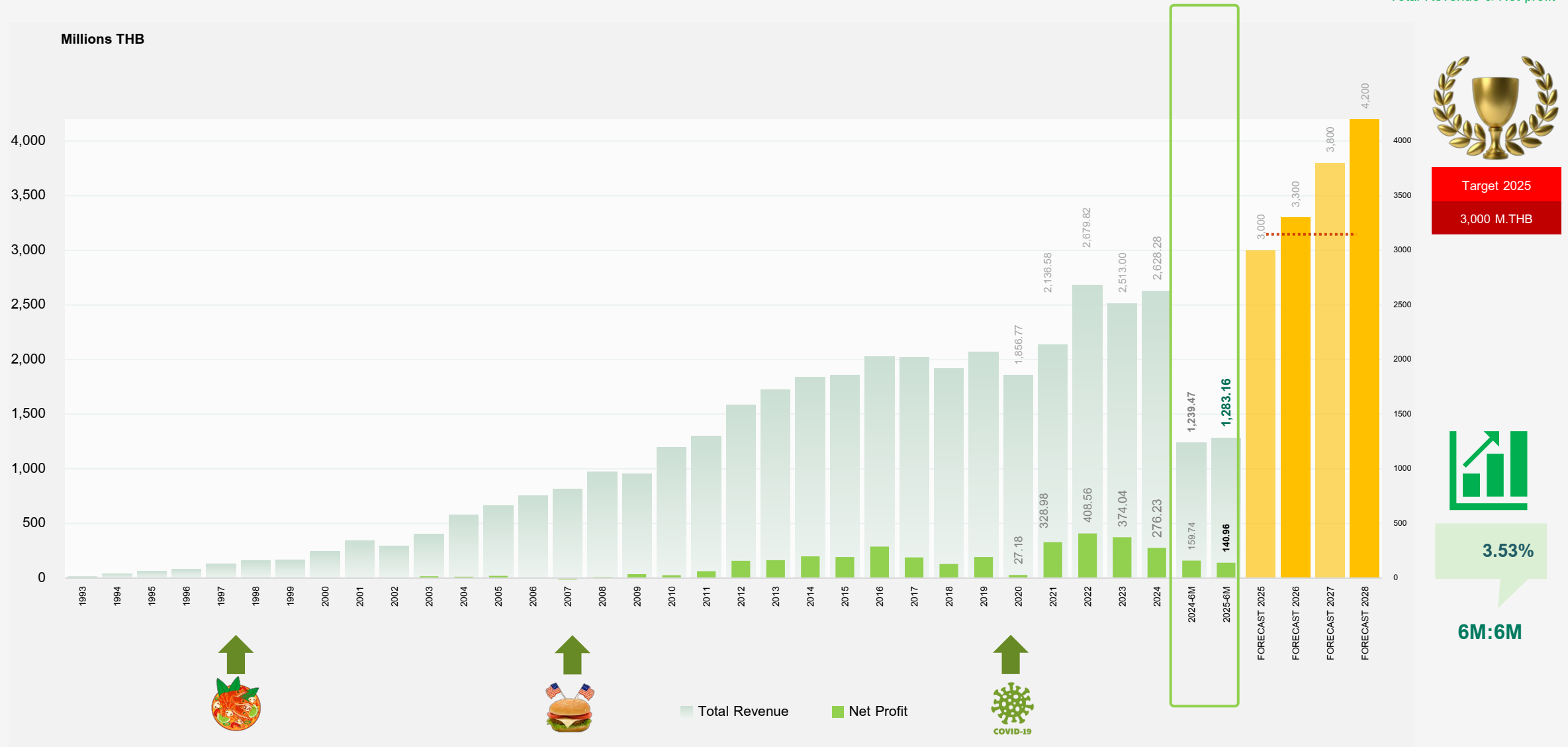
Revenue by Products (Q2/2025)



1.56

Last Update 18 Aug 2025

Financial Performance | Total Revenue & Net Profit (Conso)



การยอมรับในระดับประเทศและสากลสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

ระดับสากล



Circular Economy Business
Case Studies in
Southeast Asia in 2024



Asia-Pacific
Climate Leaders



Climate Action
Leading Organization



UN Women 2024 Thailand WEPA
Awards ระดับชมเชย ในสาขาสถานที่
ทำงานที่มีความเท่าเทียมทางเพศ



Climate Action Leader
Award



Climate Action
Leaders Recognition

ระดับประเทศ



BCG Award ในโครงการอุตสาหกรรม
BCG ต้นแบบ



รางวัลองค์กรต้นแบบด้านสิทธิ
มนุษยชน
ประจำปี 2567 ในระดับดีเด่น



Climate X Recognition



Climate Action Awards 2025
ประเภท Climate Action Excellence

การยอมรับในระดับประเทศและสากลสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืน

มาตรฐาน
ระดับ
องค์กร



Circular mark



Upcycle Circular
Economy



มตช.2 เล่ม 2-2564



มตช. 9-2565



CE-CFP



CFP



CFR



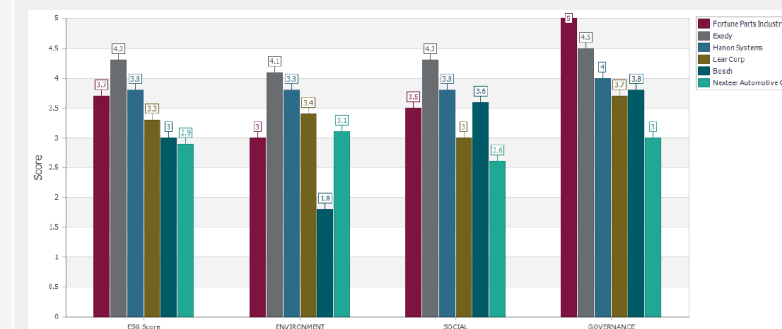
Net Zero Product

การพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นสากล



FTSE Russell ESG Scores

Fortune Parts Industry vs Top 5 SubSector Peers



Ecovadis



คะแนนรวม

เปอร์เซ็นต์ไทล์
92

72/100

- 01 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท
- 02** บริบทเศรษฐกิจชะลอตัว และการเปลี่ยนแปลงภูมิรัฐศาสตร์
- 03 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 04 เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI)
- 05 ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท

ปัจจัย (Factor)	ประเภท	ผลกระทบต่อ FPI (Impact on FPI)	กลยุทธ์ความยั่งยืน (Strategy)	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด (KPIs / Goals)
1. เศรษฐกิจโลกชะลอตัวและเงินเฟ้อ (Economic Slowdown & Inflation)	ความท้าทาย	- กำลังซื้อลดลง ยอดขายรถยนต์ใหม่ชะลอตัว - ต้นทุนวัตถุดิบ พลังงาน และโลจิสติกส์ผันผวนสูง	ระยะสั้น: - บริหารจัดการสินค้าล้าสมัย (Obsolete Inventory Management) ลดการเก็บสต็อกส่วนเกิน, ระบายสินค้าอย่างทันท่วงที - เจรจาต่อรองกับคู่ค้ารายสำคัญ - เพิ่มฐานการผลิตหรือคลังสินค้าในประเทศ ระยะกลาง: - ขยายตลาดชิ้นส่วนทดแทน (Aftermarket) ไปในประเทศที่มีศักยภาพ ระยะยาว: - สร้างพันธมิตรทางธุรกิจในตลาดใหม่ที่มีศักยภาพและเติบโตสูง	ยกระดับค่าแห่งความยั่งยืน (Factor x) ที่ 1 เท่า เป็น 2.29 เท่า (จากเป้าหมาย 1.5 เท่า) $\frac{\text{Ebitda}_{\text{ปัจจุบัน}} / \text{GHG}_{\text{ปัจจุบัน}}}{\text{Ebitda}_{\text{ปีฐาน}} / \text{GHG}_{\text{ปีฐาน}}}$

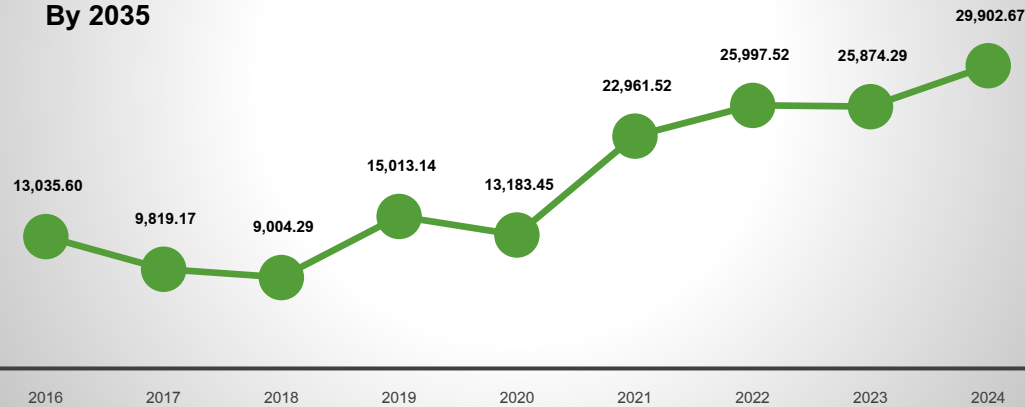


Corporate Governance and Sustainability Committee

Eco-Efficiency (Baht per tonCO2eq)

Target 39,107.00

By 2035



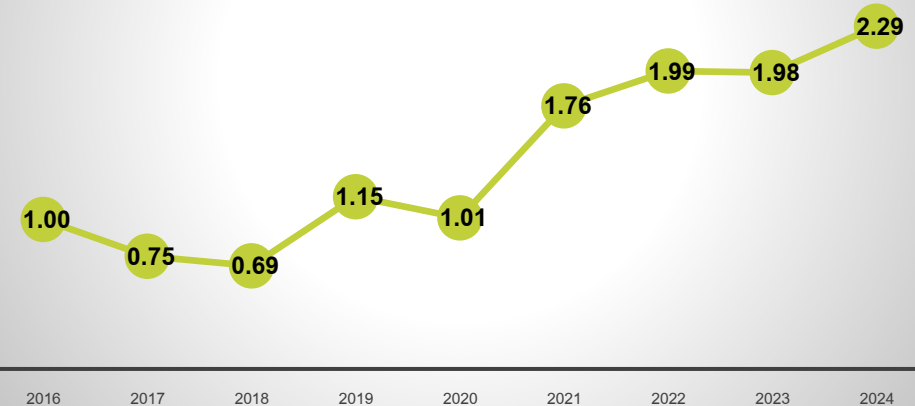
Board of Directors

2.29

Factor X

Target 3.0
By 2035

Sustainability
Factor (Factor X)
Actual (2024)



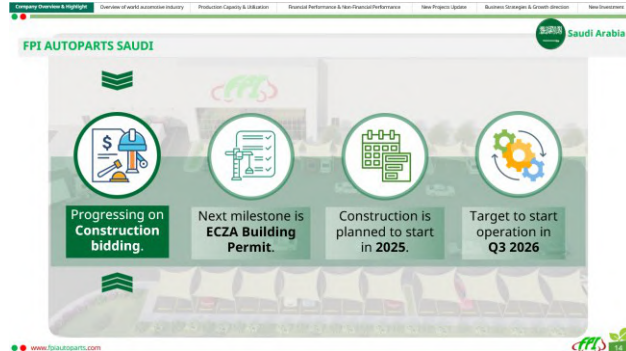
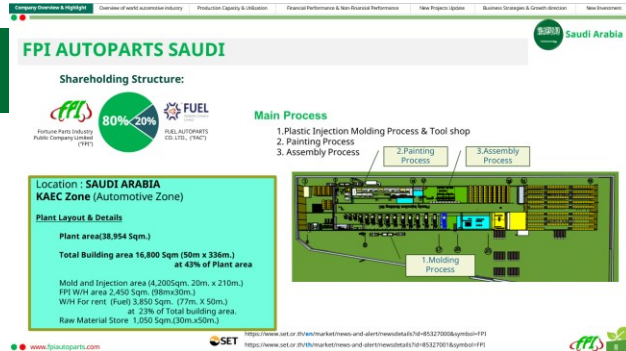
Sustainability
Factor (Factor X)
Target

1.0

3.0



ปัจจัย (Factor)	ประเภท	ผลกระทบต่อ FPI (Impact on FPI)	กลยุทธ์ความยั่งยืน (Strategy)	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด (KPIs / Goals)
2. ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics)	ความท้าทาย	• ความไม่แน่นอนของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และราคาพลังงาน • ความเสี่ยงจากนโยบายกีดกันทางการค้า	ระยะสั้น: • ใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีนำเข้าในอุตสาหกรรมยานยนต์ (Tariff) • เพิ่มสต็อกวัตถุดิบสำคัญและกระจายแหล่งจัดซื้อ (Multi-sourcing) ระยะกลาง: • เพิ่มฐานการผลิตหรือคลังสินค้าในประเทศอาเซียนเพื่อการลดความเสี่ยงด้านโลจิสติกส์ (Regional Hub) (อยู่ระหว่างการขยายฐานผลิต) ระยะยาว: • ขยายตลาดชิ้นส่วนทดแทน (Aftermarket) ไปในประเทศที่มีศักยภาพ • สร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจใน 145 ประเทศอย่างต่อเนื่อง (Supply Chain Resilience)	• ต้นทุนโลจิสติกส์ต่อหน่วย • ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า (Lead Time)



Project Master Plan

Saudi Arabia



Main Task	2024	Q1/ 2025	Q2/ 2025	NOW Aug 2025	Q3/ 2025	Q4/ 2025	Q1/ 2026	Q2/ 2026	Aug 2026	Status
Legal										Done
Land Lease										Done
Design and SEZ Permit										Done
Construction							80%	100%		On Process
System & Utility							On site Installation			Not start yet
Painting line installation					Design Review	Off site fabrication		On site Installation	Start Run	Not start yet
Molding								On site Installation	Start Run	Not start yet
Operation								On site Installation	Start Run	Not start yet

Note :

Generator is prepared if Electric supply delay.

NOW

- 01 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท
- 02 บริบทเศรษฐกิจชะลอตัว และการเปลี่ยนแปลงภูมิรัฐศาสตร์
- 03** การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 04 เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI)
- 05 ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท

1. โอกาสและความท้าทาย

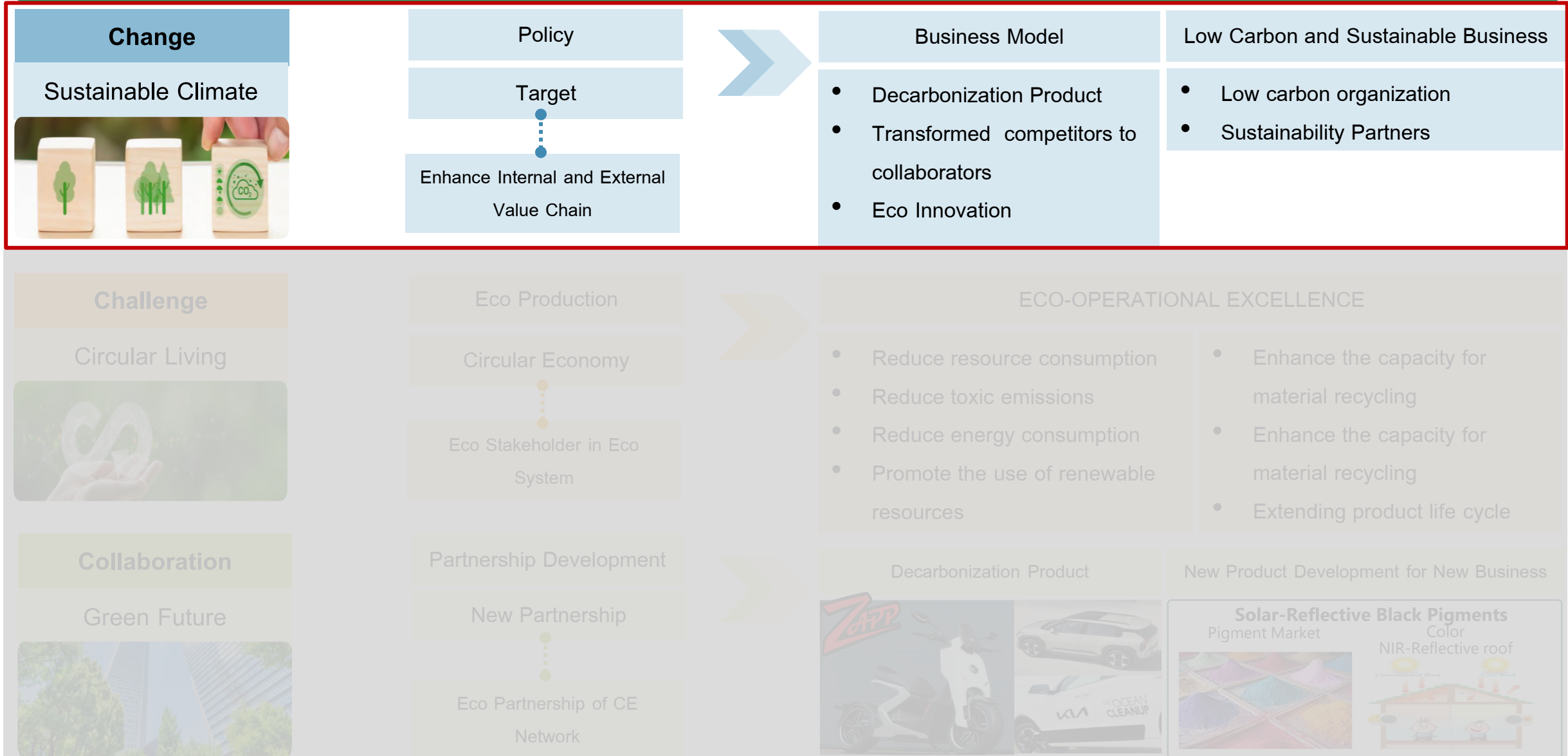


ปัจจัย (Factor)	ประเภท	ผลกระทบต่อ FPI (Impact on FPI)	กลยุทธ์ความยั่งยืน (Strategy)	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด (KPIs / Goals)
การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ	ความท้าทาย	• ความท้าทาย: - ต้นทุนสูงขึ้นจากภาษีคาร์บอน, CBAM (ประมาณ 1.5-2.5 ล้านบาท) - มาตรฐานประสิทธิภาพยานยนต์ใหม่ๆ เช่น NVES บังคับให้ค่ายรถยนต์ (ลูกค้าของเรา) ต้องผลิตรถที่ปล่อย CO₂ ต่ำลง • โอกาส: - สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยภาพลักษณ์ "Green Supplier"	• ระยะสั้น: - สร้างความร่วมมือกับลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจในการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกตลอดห่วงโซ่อุปทาน - ขอบการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ลดคาร์บอนต่ำ ได้แก่ Circular mark, Circular Upcycle, CFP 17 ผลิตภัณฑ์, CFR 16 ผลิตภัณฑ์, CE-CFP 15 ผลิตภัณฑ์, และ Net Zero Product 2 ผลิตภัณฑ์ • ระยะกลาง: - พัฒนาการเปิดเผยข้อมูลตามการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับตามฐานสากลและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย - พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุทดแทนหรือลดการใช้วัสดุใหม่ (มีการใช้ Recycled ABS plastics เท่ากับ 247.14, 163.74, 207.27 ตัน ในปี 2565 2566 และ 2567 ตามลำดับ) - R&D ศึกษาและพัฒนาชิ้นส่วนยานยนต์ที่บริษัทฯ มีศักยภาพ (เช่น ชิ้นส่วนยานยนต์จากขยะทางทะเล, โครงสร้างชิ้นส่วนยานยนต์น้ำหนักเบา) • ระยะยาว: - มุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) - มุ่งสู่การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emission)	• ลดปริมาณการปล่อย GHG Scope 1 & 2 และ Scope 3 • เพิ่มสัดส่วนจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม • เพิ่มสัดส่วนรายได้จากผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ

2. กลยุทธ์การดำเนินงาน และเป้าหมาย



Strategies: Sustainable Climate / Circular Living / Green Future



2. กลยุทธ์การดำเนินงาน และเป้าหมาย



กลยุทธ์ระดับองค์กร Sustainable Climate



วิสัยทัศน์ภูมิอากาศที่ยั่งยืน

เป็นองค์กรชั้นนำในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ที่ดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสภาพภูมิอากาศของโลก และบรรลุการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) ภายในปี 2583



เสาหลักของกลยุทธ์

1. การลดก๊าซเรือนกระจก (GHG Reduction)
2. การใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy Transition)
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ (Eco Product Innovation)
4. การร่วมมือยกระดับห่วงโซ่คุณค่าสีเขียว (Green Value Chain)
5. การบริหารด้วยข้อมูลและเป้าหมายวิทยาศาสตร์ (SBTi)



กลยุทธ์ความร่วมมือภายนอก

- ภาครัฐ: สนับสนุนตาม BCG Economy และ Net Zero Roadmap
- ตลาดทุน: สื่อสารผ่านรายงานความยั่งยืนและการเปิดเผย TCFD
- ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ: ส่งเสริมชิ้นส่วนยานยนต์และผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ
- คู่ค้า: สร้างห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืนร่วมกัน



กลยุทธ์ภูมิอากาศที่ยั่งยืน

เน้นการเติบโตผ่านเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์



การบริหารเชิงกลยุทธ์

- การเติบโตผ่านเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ: สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และขยายธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- การออกแบบเชิงนิเวศ: พัฒนาและใช้วัสดุที่มีการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำ
- การจัดซื้อจัดจ้างสีเขียว: จัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพลังงานสะอาด
- การส่งเสริมความรู้ความยั่งยืนและเศรษฐกิจคาร์บอนต่ำในโครงการ “Care and Share”: สร้างความตระหนักรู้ให้ผู้มีส่วนได้เสีย ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา
- การปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์: วัดและติดตามการปล่อยก๊าซเรือนกระจกให้สอดคล้องกับเป้าหมายตามหลักวิทยาศาสตร์ (SBTi)



เป้าหมายเชิงกลยุทธ์

เป้าหมายเชิงคุณภาพ:

ขับเคลื่อนองค์กรสู่เศรษฐกิจคาร์บอนต่ำ โดยบูรณาการการจัดการก๊าซเรือนกระจกเข้ากับทุกกระบวนการของธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืนในการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

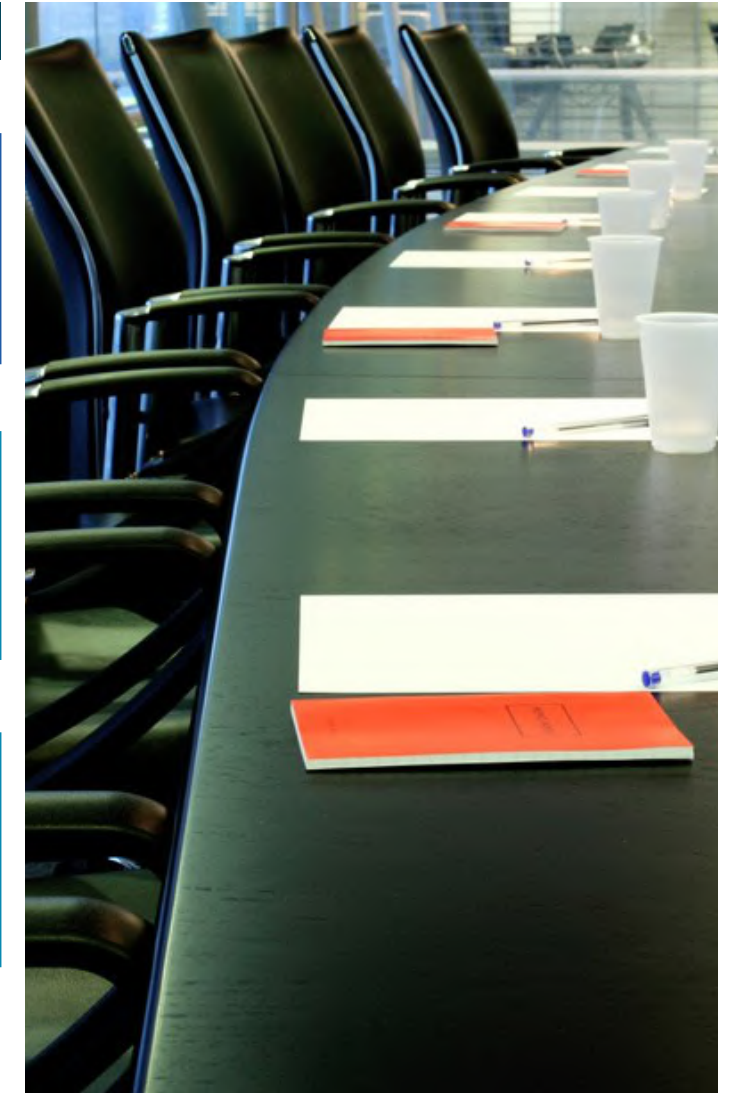
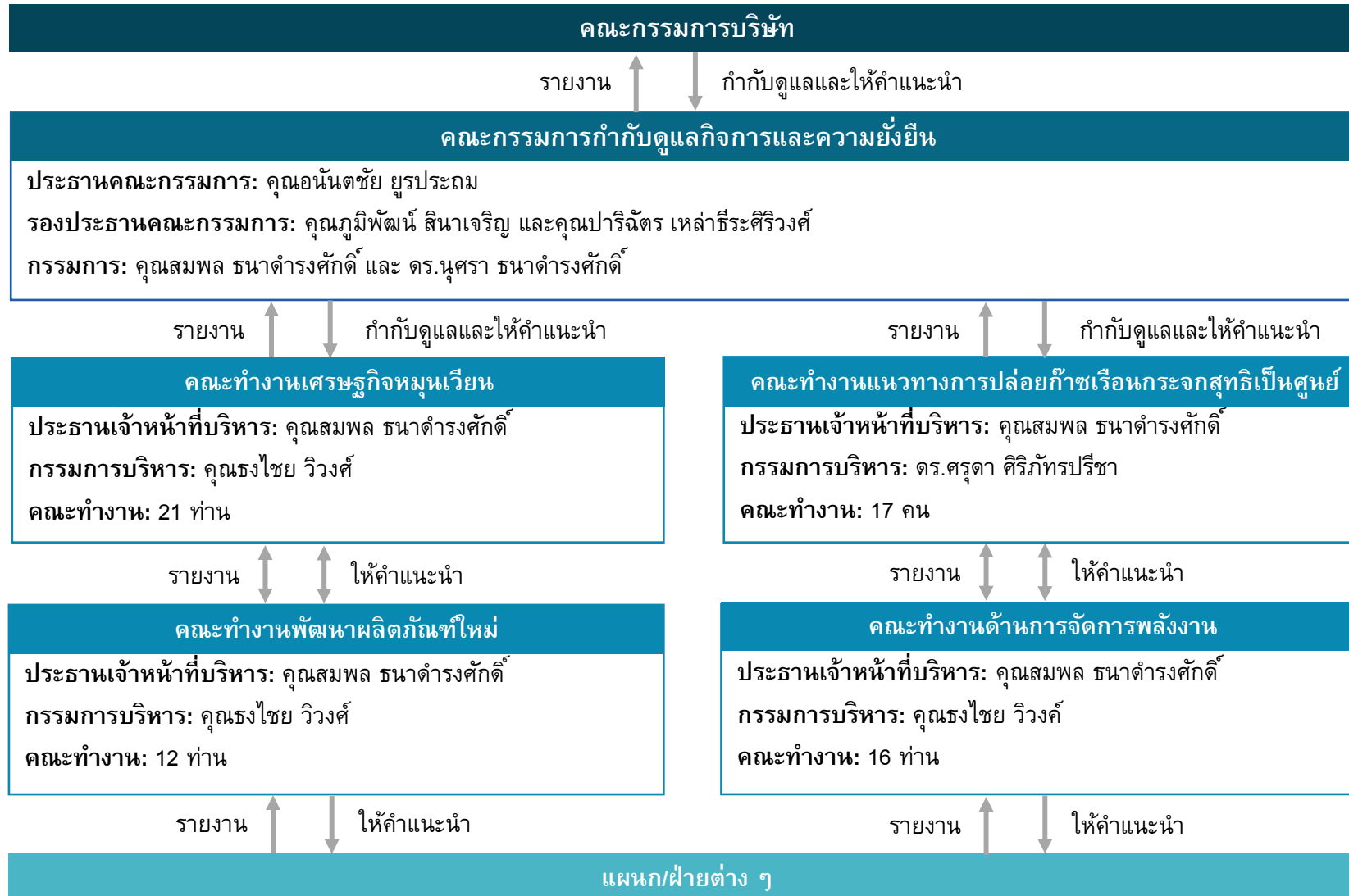
เป้าหมายเชิงปริมาณ:

- ✓ ลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 2 และ 3) ร้อยละ 90 ภายในปี 2588
- ✓ เพิ่มค่าประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (ECO – Efficiency) เป็น 39,105 ภายในปี 2578
- ✓ สัดส่วนพลังงานสะอาดร้อยละ 50 ภายในปี 2578
- ✓ รายได้จากผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำไม่น้อยกว่า 1,500 ล้านบาท ภายในปี 2573

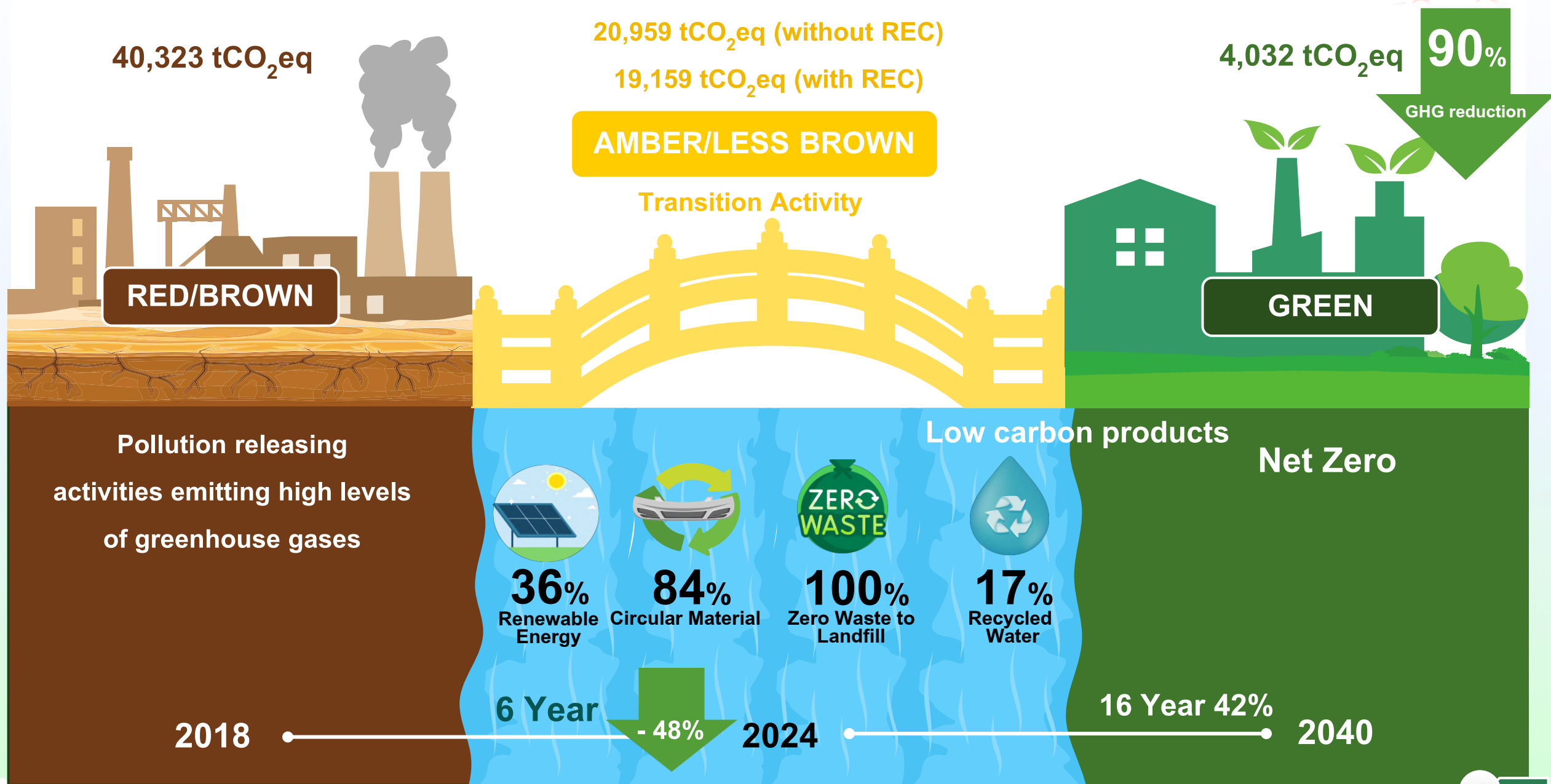
3. การดำเนินงานตามกลยุทธ์



การแต่งตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลกิจการและความยั่งยืน



2. กลยุทธ์การดำเนินงาน และเป้าหมาย



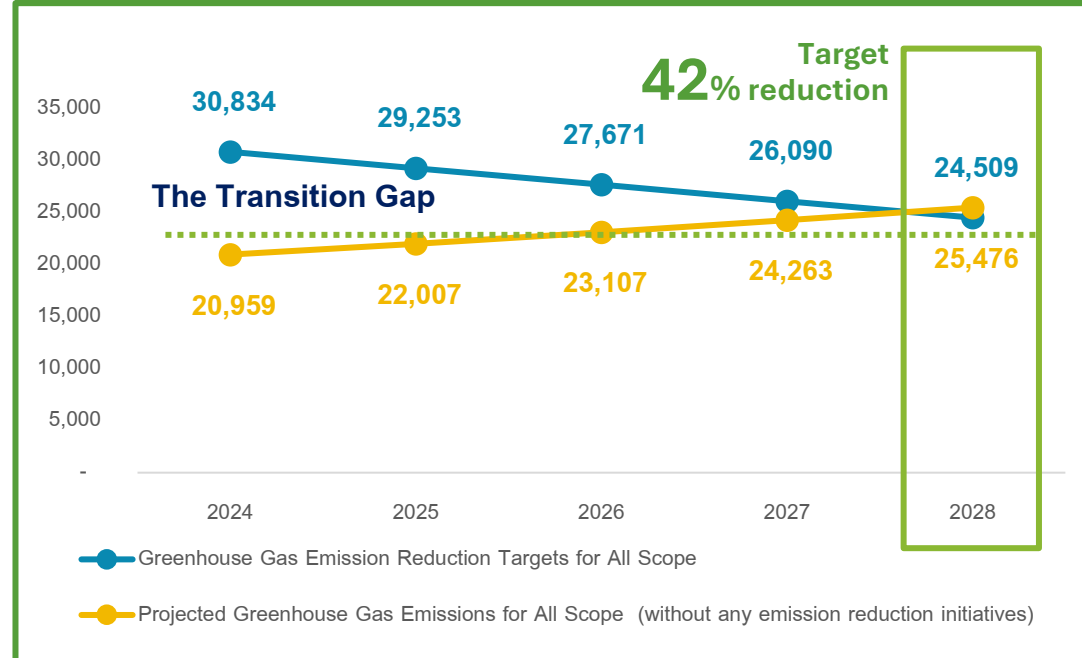
3. การดำเนินงานตามกลยุทธ์



What

- Aligning with a 1.5°C Pathway
- Accelerating the Phase-Out of GHG-Intensive Assets
- Driving the Switch to Renewable Energy
- Integrating Green Finance into Our Core Strategy

Overall Mid-Term Target



How



Exit from GHG intensive energy source by 2028

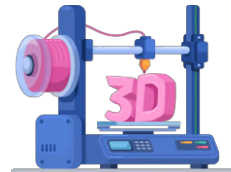
Low Carbon Technology

Remanufacturer



24 %
GHG reduction

Three-dimensional (3D) printing



63%
GHG reduction

CE Design



Waste to **VALUE**
100%
Waste to **VALUE**

Renewable Energy



36%



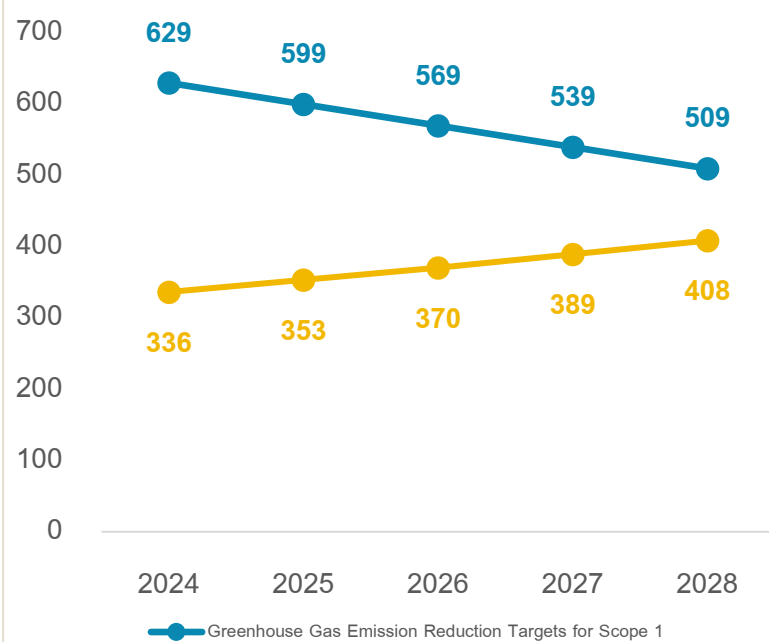
84%
Recycled material

"The assumption used in the BAU forecast is a GHG growth rate of 5% per year."

3. การดำเนินงานตามกลยุทธ์



Net Zero Pathway by 2028 : Scope I



Scope 1 GHG Reduction Plan

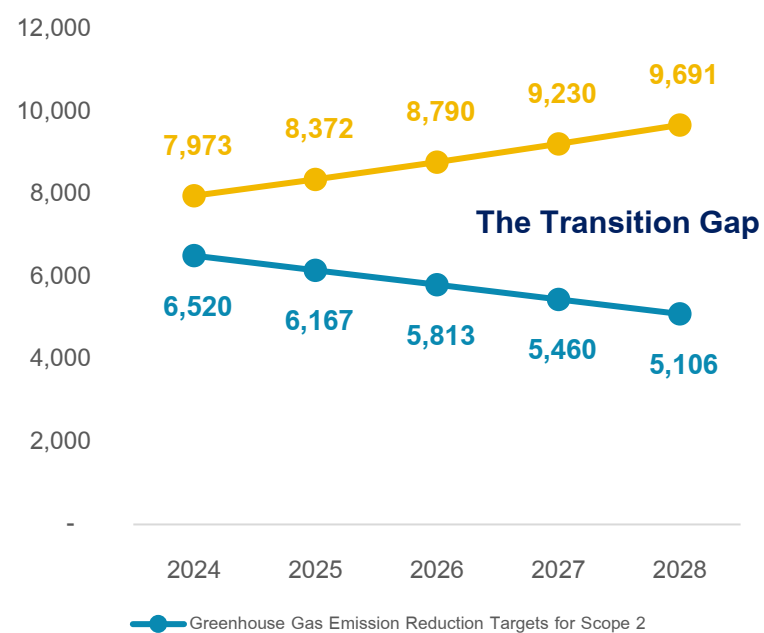


Transportation System



Boiler Efficiency

Net Zero Pathway by 2028 : Scope II



Scope 2 GHG Reduction Plan

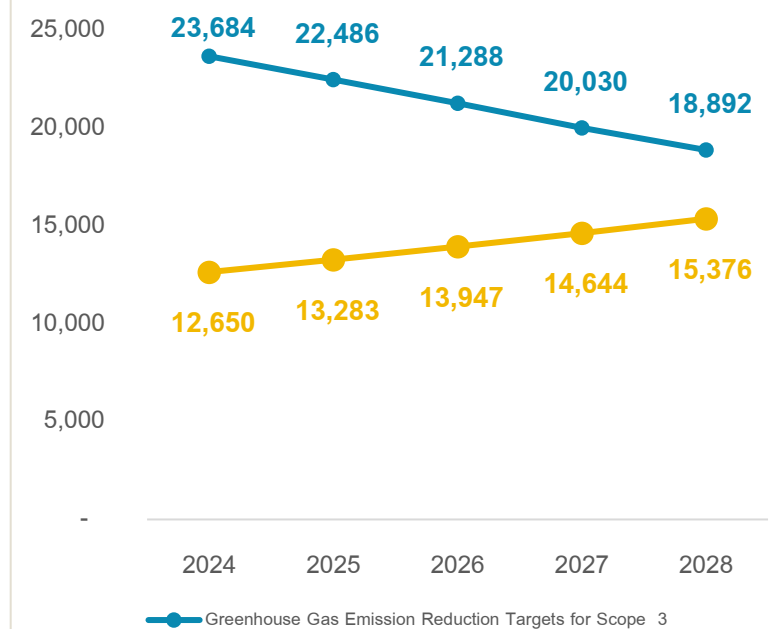


Renewable energy



Increase the efficiency of the injection machine

Net Zero Pathway by 2028 : Scope III



Scope 3 GHG Reduction Plan



Recycled plastics



Ocean waste

"The assumption used in the projected is a GHG growth rate of 5% per year."

Climate Mitigation Initiatives by Circular Design

กิจกรรม	ประเภท	ผลกระทบ (Impact)
การร่วมมือกับคู่ค้าในการนำเปลือกสับปรดมาพัฒนาเป็นเม็ดพลาสติก 	Climate Mitigation	บริษัทฯ มุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) ในการออกแบบเม็ดพลาสติกที่มีส่วนผสมของเส้นใยสับปรดนำมาอัดขึ้นรูปชิ้นงาน พร้อมทั้งทดสอบด้านความแข็งแรง ทนทาน ความชื้น เนื่องจากในปัจจุบันทั่วโลกให้ความสนใจและตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่ให้แก่องค์กรการลดการใช้ทรัพยากรใหม่และการจัดการขยะชีวภาพ ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการผลิตเม็ดพลาสติกจากวัตถุดิบปิโตรเลียม.
การนำ Sludge ในกระบวนการ เช่น Cu, Ni, Cr มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ 	Climate Mitigation	บริษัทฯ ส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการกากอุตสาหกรรม นำไปสู่การลดขยะอันตรายให้เหลือศูนย์ ผ่านความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียตามมาตรฐานการจัดการฝังกลบเป็นศูนย์ของกรม โรงงานอุตสาหกรรม (Standard for Zero Waste to Landfill-ZWL-DIW:2564) ซึ่งได้รับการรับรอง โดยมีการนำกากตะกอนโลหะหนักที่มีทองแดง โครเมียม และนิกเกิล ไปทำการฟื้นคืนสภาพและใช้ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ได้นำน้ำหล่อลอยจำนวนจากหม้อไอน้ำเชื้อเพลิงชีวมวลไปเป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิตเป็นสารปรับปรุงดิน ซึ่งนำไปสู่การบริหารจัดการของเสียที่นำไปฝังกลบเป็นศูนย์และลดการปล่อยจากแหล่งกำเนิดของก๊าซมีเทนการใช้ของเสียช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกิดจากการกำจัดของเสียและลดความจำเป็นในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติใหม่

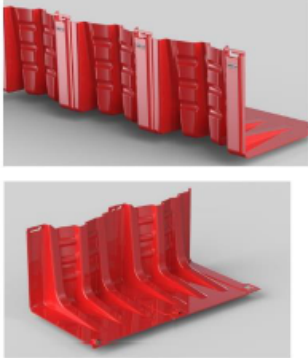
กิจกรรม	ประเภท	ผลกระทบ (Impact)
การปรับนโยบายหรือ Job Description เพื่อมุ่งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น การเพิ่มเป้าหมายด้านการลดพลังงาน การลดการปล่อยมลพิษในกระบวนการผลิต หรือการส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน 	Climate Mitigation	บริษัทฯ มุ่งมั่นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่านการปรับเปลี่ยนนโยบายและกำหนด Job Description ให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านความยั่งยืน โดยเน้นการลดการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต การพัฒนาระบบเพื่อลดมลพิษ และการส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียน โครงการเหล่านี้รวมถึงการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การนำเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาใช้ และการสร้างความตระหนักรู้ในองค์กรเพื่อให้พนักงานทุกระดับมีบทบาทสำคัญในกระบวนการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในกลยุทธ์ ESG ของบริษัทที่มุ่งสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาวเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง เช่น ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์หรือเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน
การนำขยะทางทะเลมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ 	Climate Mitigation	บริษัทฯ นำขยะทางทะเลมาเป็นส่วนผสมในพลาสติกลดการสร้างมลพิษและลดขยะพลาสติกที่อาจก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกในกระบวนการย่อยสลาย

Climate Mitigation Initiatives by Circular Design

กิจกรรม	ประเภท	ผลกระทบ (Impact)
การเปลี่ยนจากการทำโมลจาก CNC เป็น 3D Printing 	Climate Mitigation	บริษัทฯ ได้ริเริ่มโครงการเปลี่ยนกระบวนการทำแม่พิมพ์จากการใช้เครื่อง CNC เป็นเทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติ (3D Printing) เพื่อลดการใช้พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การใช้เทคโนโลยี 3D Printing ช่วยลดขั้นตอนที่ซับซ้อนในกระบวนการผลิตแม่พิมพ์ ลดการสูญเสียวัสดุ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกระบวนการทำงานของเครื่องจักรแบบเดิม นอกจากนี้ยังช่วยให้สามารถออกแบบและปรับปรุงแม่พิมพ์ได้อย่างรวดเร็ว ลดระยะเวลาในการผลิต และเพิ่มความยืดหยุ่นในการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาสนับสนุนเป้าหมายด้านความยั่งยืนและนวัตกรรมของบริษัทในระยะยาว

Climate Adaptation Initiatives by Circular Design

กิจกรรม	ประเภท	ผลกระทบ (Impact)
สีทาหลังคาที่สะท้อนแสงอาทิตย์ทำให้หลังคาไม่ร้อน 	Climate Adaptation	บริษัทฯ ได้ริเริ่มโครงการใช้สีทาหลังคาที่มีคุณสมบัติสะท้อนแสงอาทิตย์ (Solar Reflective Coating) เพื่อลดความร้อนสะสมบนหลังคาโรงงาน เทคโนโลยีนี้ช่วยลดอุณหภูมิในอาคาร ทำให้ระบบปรับอากาศทำงานน้อยลง ซึ่งนำไปสู่การลดการใช้พลังงานไฟฟ้าและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สีสะท้อนแสงเหล่านี้มีประสิทธิภาพในการสะท้อนรังสีอินฟราเรดและรังสีอัลตราไวโอเล็ต ช่วยเพิ่มอายุการใช้งานของหลังคาและลดต้นทุนการบำรุงรักษา โครงการนี้เป็นตัวอย่างของการใช้วิธีการที่เรียบง่าย แต่มีผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยส่งเสริมเป้าหมายด้านความยั่งยืนและลดการปล่อยคาร์บอนของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพ
การปรับนโยบายหรือ Job Description เพื่อเตรียมพร้อมต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เช่น การพัฒนาทักษะเพื่อรับมือกับน้ำท่วม การสร้างแผนงานที่คำนึงถึงความเสี่ยงจากภูมิอากาศ หรือการออกแบบระบบที่ทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ 	Climate Adaptation	บริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับนโยบายและ Job Description เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะของพนักงานในด้านการจัดการความเสี่ยงจากน้ำท่วม การบริหารทรัพยากรในสถานการณ์ฉุกเฉิน และการใช้เทคโนโลยีเพื่อติดตามและวิเคราะห์ผลกระทบด้านภูมิอากาศ นอกจากนี้ บริษัทยังพัฒนาแผนงานที่คำนึงถึงความเสี่ยง เช่น การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานที่สามารถทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ และการสร้างระบบสำรองพลังงานและน้ำเพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน การปรับเปลี่ยนเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ ESG ที่มุ่งสร้างความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ พร้อมลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมในระยะยาว

กิจกรรม	ประเภท	ผลกระทบ (Impact)
การพัฒนาคันกันน้ำ (Water Barrier) 	Climate Adaptation	บริษัทให้ความสำคัญกับการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสภาพภูมิอากาศอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับมือกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างหนึ่งคือ การพัฒนาคันกันน้ำ (Water Barrier) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดผลกระทบจากอุทกภัยและน้ำท่วมในพื้นที่เสี่ยง ในปีที่ผ่านมา บริษัทสามารถสร้างยอดขายจากคันกันน้ำได้ถึง 2.81 ล้านบาทในปี2567 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น รวมถึงความเชื่อมั่นของลูกค้าในผลิตภัณฑ์ของบริษัท ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวยังสอดคล้องกับเป้าหมายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทในมิติของการรับมือและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Resilience)

การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

ผลงานปี 2567

สร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำมูลค่ารวม
ไม่น้อยกว่า 1,500 ล้านบาท ภายในปี 2573

1,294 MB

มูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
มากกว่า 200 ล้านบาท

230.38 MB

โครงการคืนชีวิตจากท้องทะเล

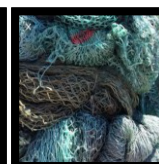
Ocean Bound Plastic



Used Rope
PP/PE



Fishing gear
PA6



Used HDPE net
HDPE



Ocean Waste
50%



Recycle 30%

- ร่วมมือกับคู่ค้าในการพัฒนาเม็ดพลาสติกผสมขยะทางทะเล และนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เพื่อลดการใช้เม็ดพลาสติกใหม่

Reducing Greenhouse Gas: Scope III

ระดับ ผลิตภัณฑ์



Circular mark



Upcycle Circular
Economy



CE-CFP
(15 ผลิตภัณฑ์)



CFP
(17 ผลิตภัณฑ์)



CFR
(16 ผลิตภัณฑ์)



Net Zero Product
(2 ผลิตภัณฑ์)

ระดับ กระบวนการ



CFP
(5 กระบวนการ)



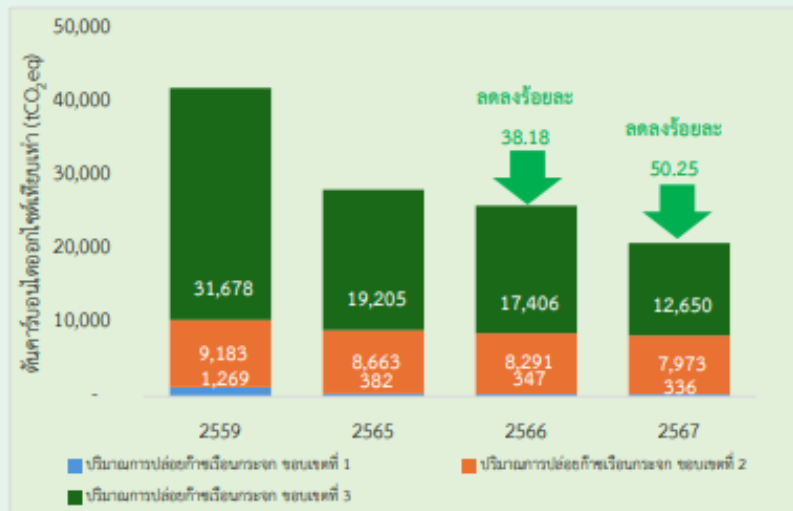
CFR
(1 กระบวนการ)

4. ผลลัพธ์การดำเนินงาน



เป้าหมาย	ผลการดำเนินงานปี 2567
เป้าหมายระยะกลาง	
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ร้อยละ 42.00 ภายในปี 2569 เทียบกับปีฐาน 2559 (ขอบเขตที่ 1 2 และ 3)	ลดลงร้อยละ 50.25
ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในขอบเขตที่ 3 ลงร้อยละ 70.00 ภายในปี 2578 เทียบกับปีฐาน 2559	ลดลงร้อยละ 60.07

ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ขอบเขตที่ 1 2 และ 3 ปี 2565-2567 เทียบกับปี 2559



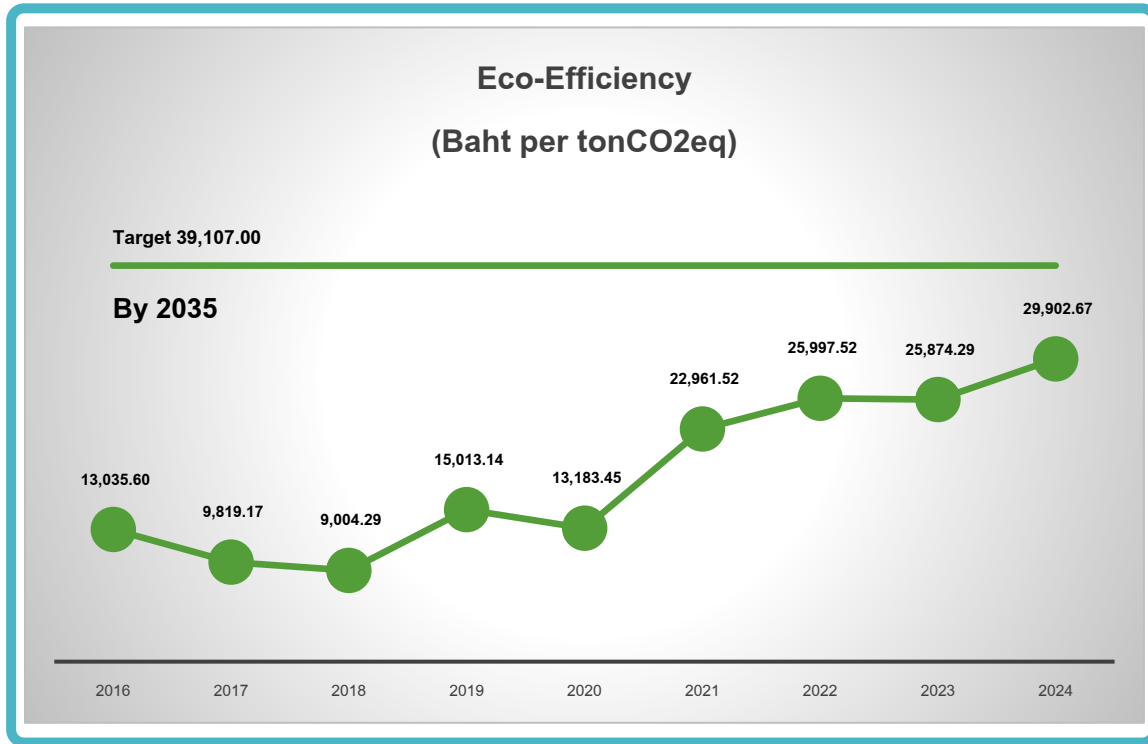
ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กร ขอบเขตที่ 3 ปี 2565-2567 เทียบกับปี 2559



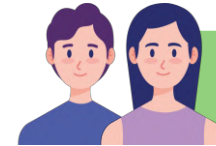
Outcome : The Result of Our Strategy



Corporate Governance and Sustainability Committee



Future Impact : The Value We Create for Stakeholder



Board of Directors

2.29



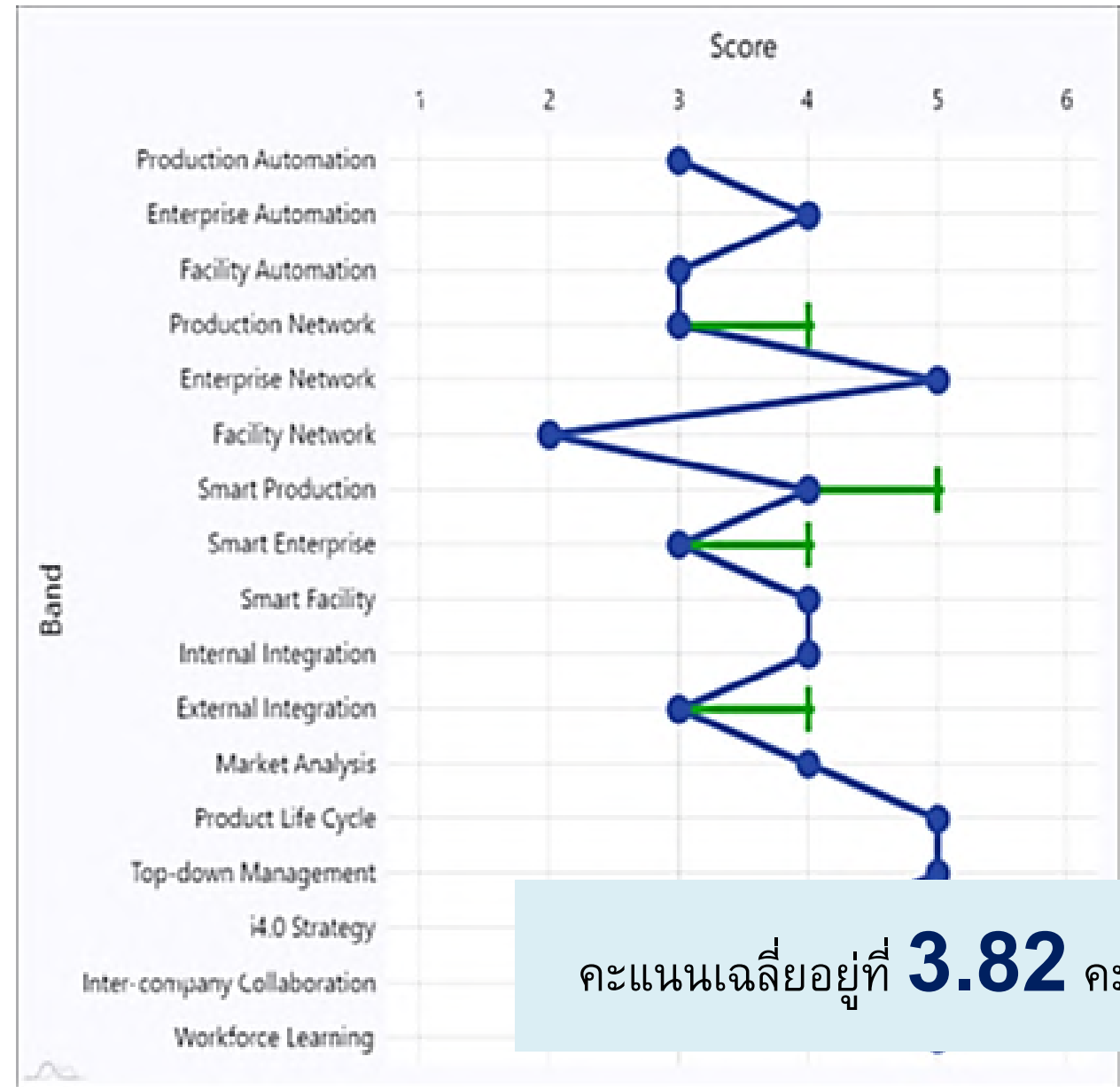
- 01 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท
- 02 บริบทเศรษฐกิจชะลอตัว และการเปลี่ยนแปลงภูมิรัฐศาสตร์
- 03 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 04 เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI)**
- 05 ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท

Thailand i4.0 INDEX

จัดขึ้นโดยสำนักงานพัฒนา

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.)



1. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI)



เทคโนโลยีหรือ AI	การนำไปใช้	การสร้างคุณค่าสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน
เสนอสินค้าและใบเสนอราคาเดิม ๆ แบบอัตโนมัติ Robotic Process Automation (RPA)	ดึงรายการสินค้า และตรวจสอบกับระบบที่เก็บราคาสินค้าและสต็อกคงคลังเพื่อนำมาสร้างเป็นใบเสนอราคาและส่งกลับไปยังลูกค้าโดยอัตโนมัติในทันที	ลูกค้า: ได้รับเอกสาร และสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว พนักงาน: ลดระยะเวลาในการทำงาน, เพิ่มเวลาปิดการขาย
Andon (Stop–Call–Wait)	ตรวจสอบด้านต่างๆ ของกระบวนการผลิตเชื่อมโยงกับระบบ ERP Infor Syteline เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ การตัดสินใจ และการพยากรณ์การดำเนินงานผสานกับระบบมีการแสดงข้อมูลแบบ real time บนบอร์ดแสดงข้อมูล (Qlik BI)	พนักงาน: ควบคุม ตรวจสอบ คัดการณ์ และติดตามการผลิตได้ตลอดเวลา
ระบบการขนส่งแบบ Milk Run ตามแนวทางการจัดการโลจิสติกส์ของโตโยต้า (Toyota)	วางแผนเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสม โดยวิ่งตามเส้นทางที่กำหนดเป็นรอบ ๆ เพื่อรวบรวมชิ้นส่วนจากซัพพลายเออร์หลายรายในรอบการขนส่งเดียวกัน และนำกลับมาโรงงาน	ลูกค้า: ส่งเสริมความตรงต่อเวลา (On-time delivery) ซัพพลายเออร์: ลดจำนวนเที่ยวรถที่ไม่จำเป็น และปรับปรุงความสม่ำเสมอของการส่งมอบ ชุมชน: มีปริมาณก๊าซเรือนกระจก และฝุ่นควันจากการขนส่งลดลง
3D Printing (Additive Mfg.)	นำมาทำต้นแบบชิ้นงาน (Prototype) ทดแทนการใช้แม่พิมพ์ (mold)	ลูกค้า: ลดเวลาจากออกแบบต้นแบบชิ้นงาน (Prototype), เพิ่มความอิสระในการออกแบบตามความต้องการของลูกค้า
Robot พ่นสี Line 6	พ่นสีอัตโนมัติและต่อเนื่อง	พนักงาน: เพิ่มความสม่ำเสมอและคุณภาพของงานพ่นสี, ลดต้นทุนวัตถุดิบ, ลดการสัมผัสสารเคมีอันตราย

เทคโนโลยี (Technology)

- o **Modernize IT Core:** ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหลัก โดยการสร้าง **Data Lake** เพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากระบบ ERP, MES, และ WMS ไว้ที่ศูนย์กลาง และอัปเดตสู่ **ERP 365** เพื่อให้เป็นแกนกลางข้อมูลที่มีนัยและเชื่อมต่อได้
- o **IoT & Sensor Integration:** ติดตั้งเซ็นเซอร์และมิเตอร์วัดย่อย (Sub-meter) ในสายการผลิต เพื่อเก็บข้อมูลการทำงานของเครื่องจักรแบบเรียลไทม์ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับป้อนให้ระบบ AI เช่น **Andon** **i-Factory** และ **Predictive Maintenance**
- o **Platform & Tools:** นำแพลตฟอร์มและเครื่องมือเฉพาะทางมาใช้ เช่น เครื่องพิมพ์ 3 มิติ (**3D Printing**) สำหรับการสร้างต้นแบบอย่างรวดเร็ว และ หุ่นยนต์ (**Robot**) ในสายการผลิตที่ 6 เพื่อสร้างมาตรฐานคุณภาพและลดความเหนื่อยล้าของพนักงาน

คน (People)

- o **Upskilling & Reskilling:** จัดทำโครงการพัฒนาทักษะพนักงานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีใหม่ เช่น ฝึกอบรมทีมวิศวกรให้ใช้ซอฟต์แวร์ **3D Printing**, พัฒนาทีมซ่อมบำรุงให้อ่านและวิเคราะห์ข้อมูลจาก AI, และฝึกอบรมพนักงานให้ทำงานร่วมกับ **Robot** ได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
- o **Digital Champions & AI Awareness:** สร้าง "Digital Champions" ในแต่ละแผนกเพื่อเป็นผู้นำและที่ปรึกษาในการนำเทคโนโลยีไปใช้ พร้อมทั้งจัดอบรมสร้างความตระหนักรู้เรื่อง AI ให้พนักงานทุกระดับเข้าใจว่าเทคโนโลยีเหล่านี้จะเข้ามาช่วยยกระดับการทำงาน ไม่ใช่มาแทนที่
- o **Change Management:** สื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานเห็นภาพเดียวกันและเข้าใจว่าการนำ **RPA** หรือระบบอัตโนมัติมาใช้ จะช่วยลดงานที่ซ้ำซาก และเปิดโอกาสให้พวกเขาได้ทำงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และมีมูลค่าสูงขึ้น

กระบวนการ (Process)

- o **Data-Driven Workflows:** ปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานโดยใช้ข้อมูลเป็นตัวนำ เช่น การนำระบบ **Andon** (Stop-Call-Wait) มาใช้ ทำให้กระบวนการแจ้งเตือนและแก้ไขปัญหาหน้างานเปลี่ยนจากการสื่อสารแบบเดิมๆ ไปสู่การแจ้งเตือนอัตโนมัติพร้อมบันทึกข้อมูล หรือการวางแผนเส้นทางขนส่ง-รับชิ้นส่วนแบบ **Milk Run** ที่ใช้ข้อมูล GPS และการวางแผนที่แม่นยำเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ
- o **Agile Implementation:** ใช้วิธีนำร่องโครงการ (Pilot Project) กับเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น **RPA** ในแผนกขายและขยายไปยังฝ่ายการเงิน เพื่อทดลองใช้, เรียนรู้, และขยายผลไปยังส่วนอื่นๆ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงและสร้างการยอมรับได้ดีกว่า
- o **Security & Governance:** วางกรอบการกำกับดูแลข้อมูลที่รัดกุมตามมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการนำข้อมูลไปใช้กับระบบ AI และการตัดสินใจต่างๆ



- ลดเวลาในการพัฒนา (Rapid Prototyping)
- ผลิตชิ้นงานต้นแบบได้รวดเร็ว ทดสอบรูปทรง ฟังก์ชัน ก่อนเข้าสู่การผลิตจริง
- ลดต้นทุนการผลิต (ผลิตจำนวนน้อย ๆ ได้คุ้มค่า)
- ออกแบบอิสระ (Design Flexibility)
- ผลิตชิ้นงานซับซ้อน รูปทรงที่ทำได้ยากด้วยวิธีดั้งเดิม
- ผลิตตามความต้องการเฉพาะบุคคล (Customization)

ในปี 2566-2567 สามารถสร้างรายได้รวม ~ 5 ล้านบาท

4. คุณค่าที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



ลูกค้า (Customers)

- คุณภาพที่เหนือกว่า: ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ
- การส่งมอบที่แม่นยำ: ได้รับสินค้าตรงเวลา (ร้อยละ 98) จากการวางแผนการผลิตที่ดีขึ้น
- ความโปร่งใส: สามารถได้รับข้อมูลสำคัญตามหลักการ Just-In-Time ในการประกอบการตัดสินใจ

การดำเนินงานและพนักงาน (Operations & Employees)

- ประสิทธิภาพและความปลอดภัย: กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพสูงขึ้น (OEE เพิ่มขึ้น) และสภาพแวดล้อมการทำงานปลอดภัยยิ่งขึ้น
- การพัฒนาทักษะ: พนักงานได้พัฒนาทักษะใหม่ๆ ที่มีมูลค่าสูงขึ้น เปลี่ยนจากการทำงานซ้ำๆ ไปสู่การเป็นผู้ควบคุมและวิเคราะห์ข้อมูล

คู่ค้า (Suppliers)

- การพยากรณ์ที่แม่นยำ: ได้รับการพยากรณ์คำสั่งซื้อที่แม่นยำขึ้น ช่วยให้การวางแผนการผลิตและจัดการวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การทำงานร่วมกัน: สามารถทำงานร่วมกับ FPI ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

สิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาล (Environment & Governance)

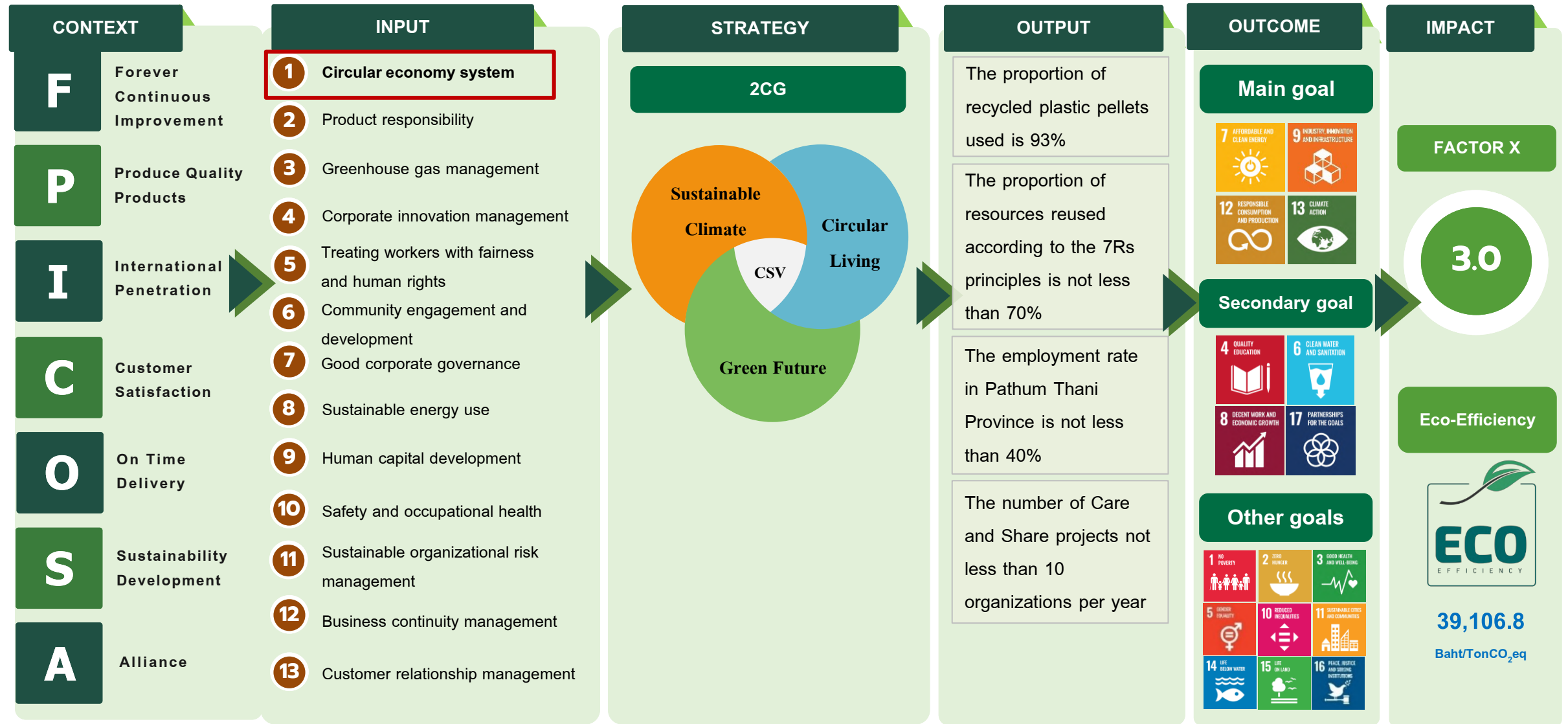
- ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม: AI ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน (ลด kWh/หน่วย) และลดของเสียจากการผลิต ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การรายงาน ESG อัตโนมัติ: ระบบดิจิทัลช่วยให้การรวบรวมและรายงานข้อมูลด้านความยั่งยืนทำได้ง่ายและแม่นยำขึ้น

- 01 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท
- 02 บริบทเศรษฐกิจชะลอตัว และการเปลี่ยนแปลงภูมิรัฐศาสตร์
- 03 การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 04 เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI)
- 05 ประเด็นสาระสำคัญของบริษัท

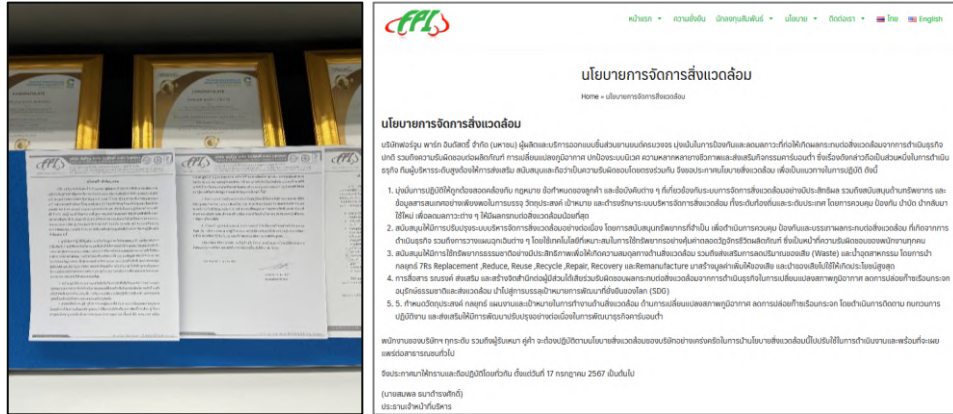
1. โอกาสและความท้าทาย



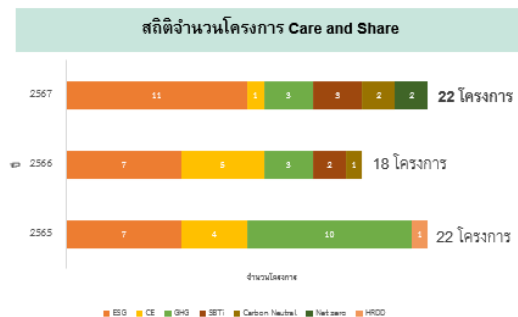
ปัจจัย (Factor)	ประเภท	ผลกระทบต่อ FPI (Impact on FPI)	กลยุทธ์ความยั่งยืน (Strategy)	เป้าหมาย/ตัวชี้วัด (KPIs / Goals)
ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน	โอกาส	- สร้างธุรกิจใหม่จากการรีไซเคิลและผลิตซ้ำ - ลดต้นทุนวัตถุดิบและความผันผวนของราคาวัตถุดิบ - ผู้นำในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จากพลาสติกรีไซเคิลคุณภาพสูง สร้างแบรนด์ที่โดดเด่นและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยตรง	- ระยะสั้น: - ริเริ่มโครงการนำร่องในการนำเศษวัสดุจากการผลิตกลับมาใช้ใหม่ - ระยะกลาง: - วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบให้ง่ายต่อการรีไซเคิล (Eco-design) - สร้างเครือข่ายรับคืนชิ้นส่วนที่หมดอายุการใช้งาน - ระยะยาว: - มุ่งพัฒนาโมเดลธุรกิจ Circular Economy	- เพิ่มการนำทรัพยากรกลับมาใช้ประโยชน์ตามหลัก 8Rs (Waste to Value) - เพิ่มการใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลในผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 93 ภายในปี 2570 เทียบปีฐาน 2562



สื่อสารนโยบายสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร



การมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชน

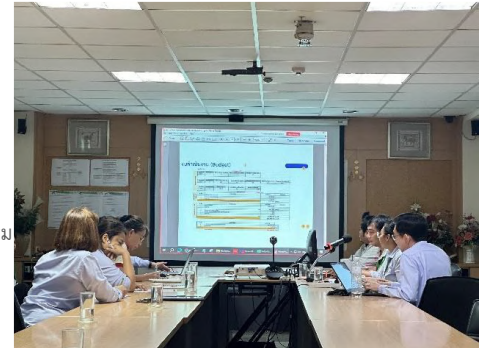
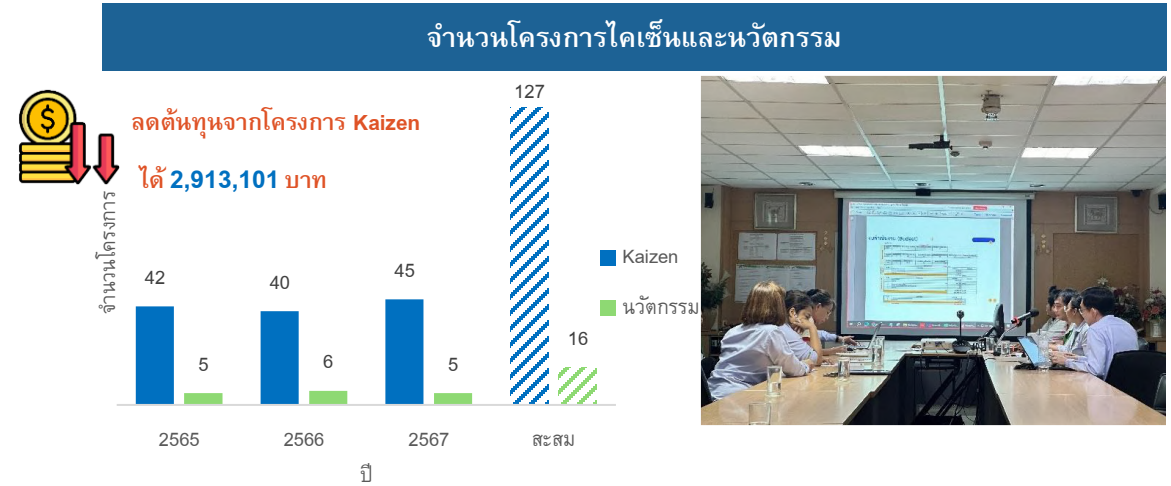


การส่งเสริมสิทธิเด็ก (Children's Rights)"

ส่งเสริมความรู้ด้านความยั่งยืนและเข้าไ
บทบาทของธุรกิจในการลดผลกระทบด้าน
สิ่งแวดล้อม



การมีส่วนร่วมพัฒนาองค์กรและพนักงาน



สร้างวัฒนธรรมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

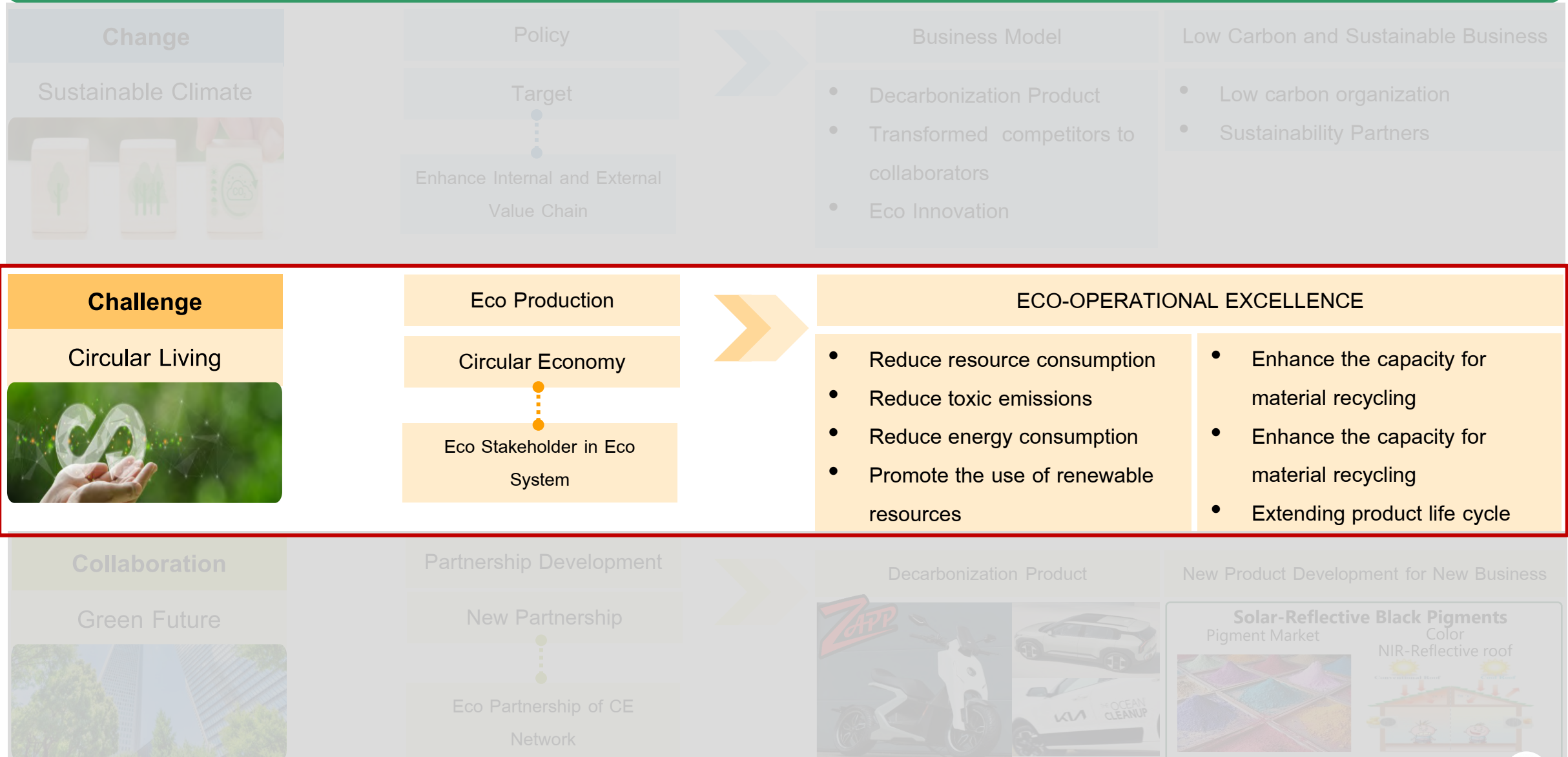
การสร้างจิตสำนึกให้พนักงาน
ผ่านโครงการ "Care the Bear"
เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรม
การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน



2. กลยุทธ์การดำเนินงาน และเป้าหมาย



Strategies: Sustainable Climate / Circular Living / Green Future



2. กลยุทธ์การดำเนินงาน และเป้าหมาย



กลยุทธ์ระดับองค์กร Circular Living



วิสัยทัศน์วิถีธุรกิจแบบหมุนเวียน

เป็นองค์กรชั้นนำในการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน โดยลดขยะฝังกลบเหลือศูนย์ (Zero Waste to Landfill) และสร้างมูลค่าจากวัสดุเหลือใช้ (Waste to value) อย่างสูงสุดภายในปี 2035



เสาหลักของกลยุทธ์

1. การบูรณาการแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในทุกกระบวนการของธุรกิจ
2. การลดการใช้ทรัพยากรใหม่ โดยใช้วัสดุหมุนเวียนให้มากที่สุด
3. การสร้างผลิตภัณฑ์และธุรกิจใหม่จากของเสียและวัสดุที่ใช้แล้ว
4. การยกระดับการบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่าให้อยู่ในวงจรหมุนเวียน (Circular Cycle)



กลยุทธ์ความร่วมมือภายนอก

- ภาครัฐ: เชื่อมโยงนโยบาย BCG และ Thailand Net Zero
- ตลาดทุน: สื่อสารผ่านรายงานความยั่งยืน ทางเว็บไซต์ขององค์กรและพันธมิตรทางธุรกิจ
- ลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ: สื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์และวัสดุหมุนเวียน
- คู่ค้า: สร้างเครือข่ายวิถีธุรกิจแบบหมุนเวียนภายในห่วงโซ่มูลค่าที่ยั่งยืนร่วมกัน



กลยุทธ์วิถีธุรกิจแบบหมุนเวียน

เน้นการปรับสมดุลภายในวงจรการใช้ทรัพยากรให้มีการหมุนเวียนได้มากที่สุด โดยการเปลี่ยนจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาเป็นการใช้ทรัพยากรที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ (Renewable Resources) ตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์



การบริหารเชิงกลยุทธ์

- วัฒนธรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน: ส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกให้มีส่วนได้เสียเห็นคุณค่าของวัสดุเหลือใช้
- วัสดุทดแทน: สร้างเครือข่ายการนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ (Circular Supplies) กับพันธมิตรและผู้ผลิตที่มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์คาร์บอนต่ำ
- นวัตกรรมการผลิตและบริการหมุนเวียน: ส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการวัสดุ เศษเหลือ และของเสียให้เกิดมูลค่าใหม่
- การสนับสนุนความรู้ด้านความยั่งยืนและเศรษฐกิจหมุนเวียนผ่านโครงการ “Care and Share”: สร้างความตระหนักรู้ให้มีส่วนได้เสีย ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา



เป้าหมายเชิงกลยุทธ์

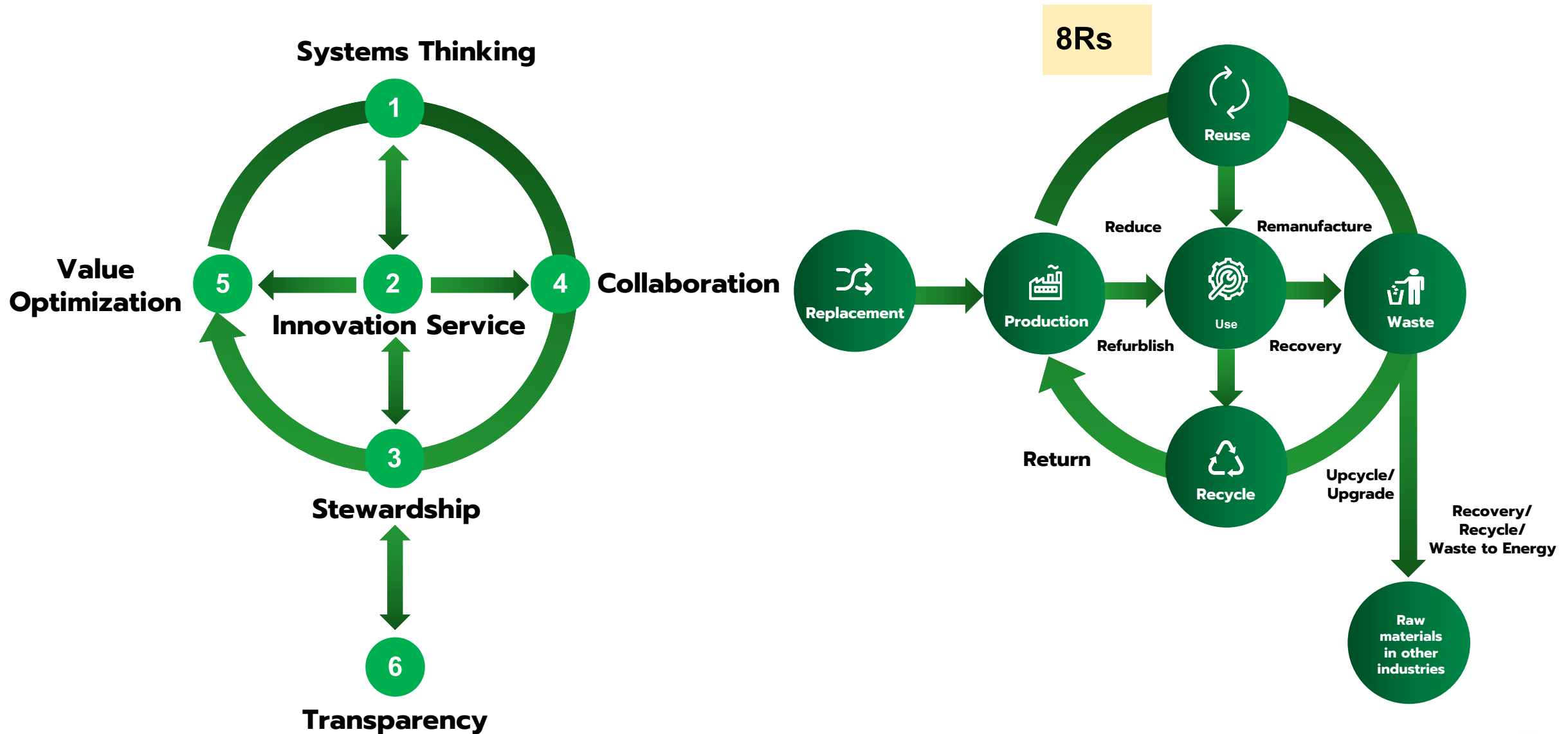
เป้าหมายเชิงคุณภาพ:

บูรณาการระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนเข้ากับทุกกระบวนการขององค์กร โดยเปลี่ยนกระบวนการดำเนินธุรกิจสู่แนวคิด “ไม่มีของเสีย” (Zero Waste Culture) เพื่อใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า ลดของเสีย และสร้างคุณค่าทางธุรกิจระยะยาว

เป้าหมายเชิงปริมาณ:

- ✓ ลดของเสียฝังกลบเหลือศูนย์ (Zero Waste to Landfill) ภายในปี 2570
- ✓ สร้างมูลค่าเพิ่มจากของเสียร้อยละ 100 ของของเสียทั้งหมด (Waste to Value) ภายในปี 2573
- ✓ เพิ่มสัดส่วนการใช้วัสดุหมุนเวียนหรือรีไซเคิลร้อยละ 93 ภายในปี 2570
- ✓ ปริมาณวัสดุรีไซเคิล (Recycled content) ของสินค้า REM ไม่น้อยกว่าร้อยละ 95
- ✓ ปริมาณวัสดุรีไซเคิล (Recycled content) ของสินค้า OEM ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25

FPI Adopts Circular Economy into Organization and Process



FPI Circular Economy Development



Determine Framework

2016

3ES

(Environment, Energy
Economic, Social)

Setting objectives

2017

EOE

(Eco Operational Excellence)

CFP

CFR



Study Related Standard

2018

BS 8001: 2017



PEA -GSEE

Set
Target



Study CE Standard

2019

CEMS 2 Part 2 -2019



Cooperate with DPIM

Deploy in organization

2023

CEMS 2

Part 2-2021



CSA

44 Score

S&P Global

TCAS 9-2022



DE4CE



Prime Minister's Export Award

- Best Exporter
- Best BCG Exporter



CE product certification

2022

CE Mark, CE Upcycle,

Prime Minister's Export Award (BCG)



Implementation

2021

The Prime Minister's Industry Awards:

Circular Economy



2020

CE Assessment by CEPAS



Achieve
CE Target

2027

Circular Material

93%



2025

โครงการอุตสาหกรรม BCG

ต้นแบบ



2024

CE-CFP

Circular Economy
Business Case
Studies in
Southeast Asia



4. ผลลัพธ์การดำเนินงาน

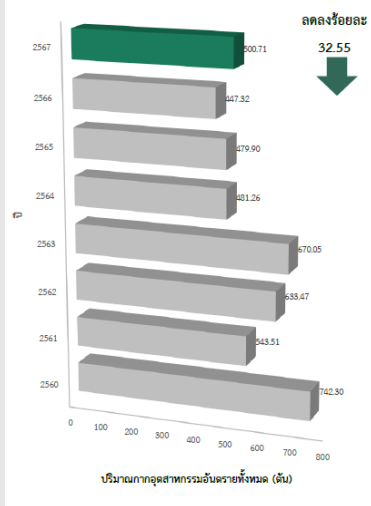


Reduce

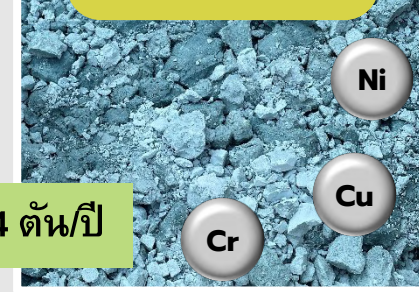


ลดปริมาณของเสียอันตรายจากกระบวนการผลิตลงร้อยละ

32.55



Recovery



119.44 ตัน/ปี

นำกากตะกอนจากระบบบำบัดน้ำเสียที่มีทองแดง โครเมียม และนิกเกิล ไปทำการสกัดโลหะและนำไปใช้ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

Recovery



0.081 ตัน/ปี

นำแพลเลเดียม (Pd) จากน้ำล้างชิ้นงานและไส้กรองจากระบบการชุบไปทำการ Recovery เพื่อการนำพาราเดียมกลับมาใช้ใหม่

8Rs

Recycle



84.88 ตัน/ปี

นำผลิตภัณฑ์ที่มีตำหนิ สินค้าที่ชำรุดหรือสินค้าที่หมดอายุ ส่งกลับเข้าสู่โรงงานผลิต (Waste Return)

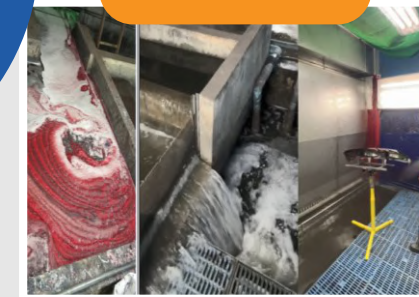
Recycle



31.80 ตัน/ปี

ร่วมมือกับ supplier ในการนำทินเนอร์ที่ใช้แล้วเข้ากระบวนการนำตัวทำละลายกลับมาใหม่

Reuse



นำน้ำ RO/DI ที่ไม่ผ่านมาตรฐานแผนกชุบมาเติมในไลน์พ่นสี

Reuse



การนำทินเนอร์ล้างที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำเพื่อแช่จิ๊ก

4. ผลลัพธ์การดำเนินงาน



Refurbish

นำชิ้นงานที่ผ่านกระบวนการชุบแต่ไม่ผ่านเกณฑ์ด้านมาตรฐานผิวสัมผัสกลับมาใช้ใหม่ โดยนำเข้าสู่กระบวนการพ่นสีใหม่ให้ได้มาตรฐานที่ลูกค้ากำหนด และส่งกลับไปใช้หรือจำหน่ายในรูปแบบสินค้าเดิมได้อีกครั้งด้วยกระบวนการพ่นสี และส่งขายเป็นสินค้าเดิมตามมาตรฐานที่ลูกค้ากำหนด

ปี 2567 ปริมาณชิ้นงานที่ผ่านกระบวนการ Refurbish จำนวน **5,942.38 กิโลกรัม**

Remanufacturer



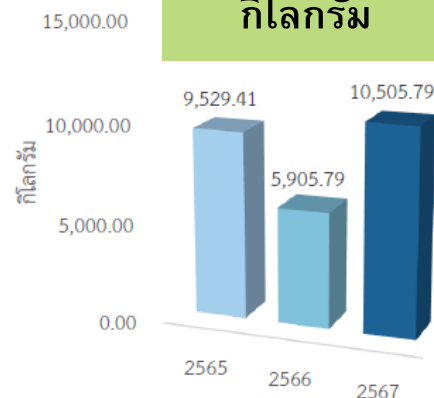
นำแม่พิมพ์ (Mold) ที่หมดอายุการใช้งานหรือเลิกผลิตมาดัดแปลงเป็นโมลใหม่

สามารถลดการใช้เหล็กสำหรับผลิตแม่พิมพ์ลง **15,000 กิโลกรัม/ปี**

8Rs

Return

ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการของเสียจากผลิตภัณฑ์ที่มีตำหนิ สินค้าที่ชำรุดหรือสินค้าที่หมดอายุ ผ่านกระบวนการส่งวัสดุพลาสติกกลับเข้าสู่โรงงานผลิต (Waste Return) เพื่อเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลและนำกลับมาใช้ใหม่



Replacement



ร่วมมือกับ supplier ในการพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียเดิม โดยปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบการควบคุมอัตโนมัติและใช้ระบบบำบัดน้ำเสียแบบไหลต่อเนื่อง

Replacement



การเปลี่ยนความหนาของโฟมให้บางลงและเพิ่มความเหนียวเพื่อนำมาใช้ซ้ำและลดจำนวนการทิ้ง

4. ผลลัพธ์การดำเนินงาน



เป้าหมาย

ผลงานปี 2567

เพิ่มการนำทรัพยากรกลับมาใช้ประโยชน์ตามหลัก
8Rs (Waste to Value) ร้อยละ 100 ภายในปี 2573
ภายในปี 2567 เทียบปีฐาน 2561

87.11 %

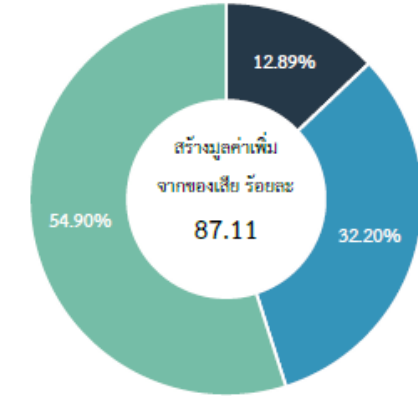
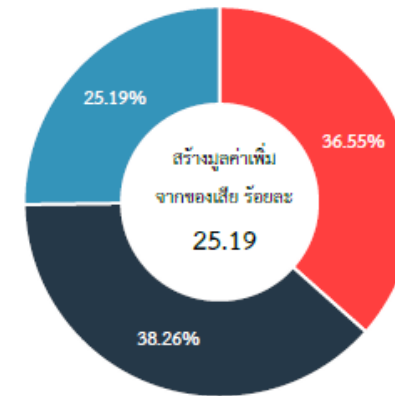
ลดการฝังกลบของเสียจากกระบวนการผลิตให้
เป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill)



Waste to Value

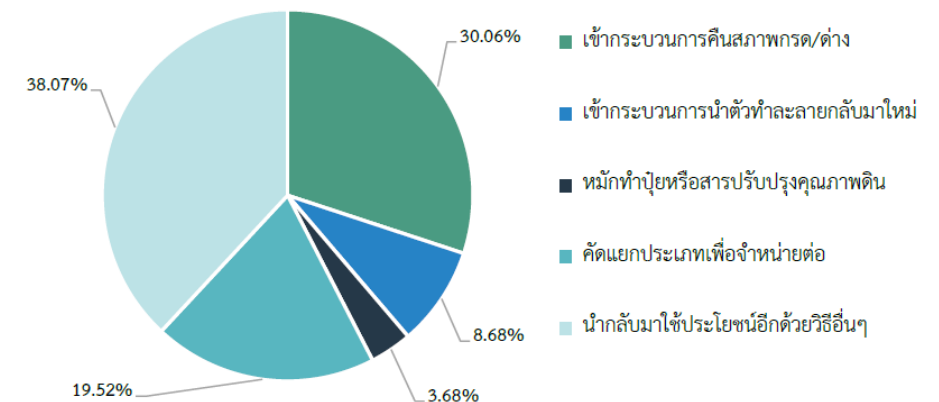
ปี 2560 (ปีฐาน)

ปี 2567



■ การฝังกลบ (Landfill) ■ การเผา (Incineration) ■ การเปลี่ยนของเสียเป็นพลังงาน (Waste to Energy) ■ การรีไซเคิล การนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือ การคืนสภาพ (Recycle, Recovery & Regeneration)

สัดส่วนวิธีการนำของเสียกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่



4. ผลลัพธ์การดำเนินงาน



เป้าหมาย

ผลงานปี 2567

เพิ่มการใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิลในผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 93
ภายในปี 2570 เทียบปีฐาน 2562

↑ 84.50 %

ลดปริมาณการใช้เม็ดพลาสติกใหม่ต่อหน่วยการผลิต
ร้อยละ 55 ภายในปี 2570 เทียบปีฐาน 2560

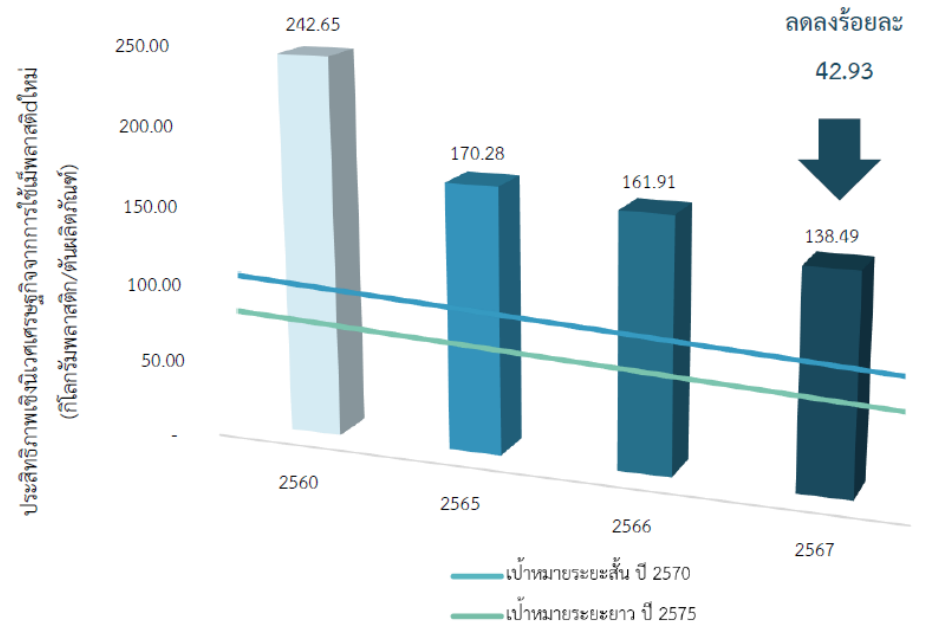
↓ 42.93 %

ลดการใช้น้ำต่อหน่วยการผลิต ร้อยละ 50
ภายในปี 2572 เทียบกับปีฐาน 2562

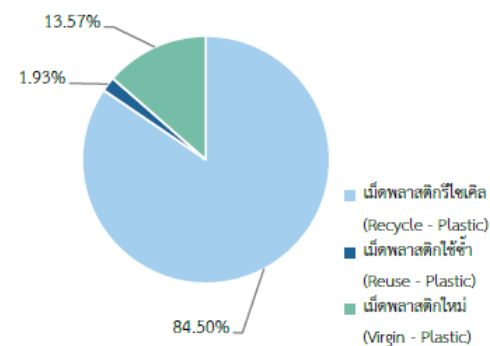
↓ 39.42 %

เพิ่มสัดส่วนการนำทรัพยากรน้ำกลับมาใช้ใหม่
ไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ต่อปี

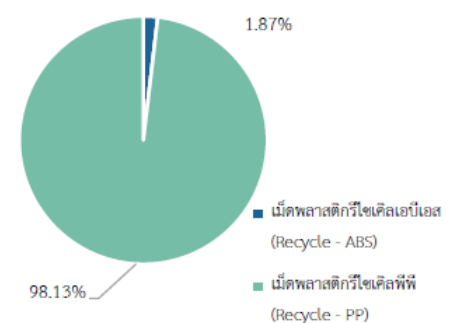
✓ 17.26 %



สัดส่วนการใช้เม็ดพลาสติก ปี 2567



สัดส่วนการใช้เม็ดพลาสติกรีไซเคิล ปี 2567



ติดต่อ FPIS

หมายเลขโทรศัพท์

02 993 4970 - 77 ต่อ 230 หรือ ต่อ 190

062 627 4915

ที่อยู่อีเมล

sustainable_admin@sd.fpiautoparts.com

Website

<https://sd.fpiautoparts.com/>

Facebook

<https://www.facebook.com/Fortunepartsindustry>

LINE ID



ECO OPERATIONAL EXCELLENCE

Thank you

