



แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท (JUMP+ Plan)
ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2



บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน)
(PJW)

ปี พ.ศ. 2569 - 2571

รายงานฉบับนี้ได้ความเห็นชอบของคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่ 10/08/2569
และเผยแพร่เมื่อวันที่ 24/08/2569

ข้อสงวนสิทธิ์

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

บริษัทฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง แก้ไขหรือปรับปรุง แผนงานโครงการรวมถึงเป้าหมายของแผนงานหรือโครงการที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ ตามที่บริษัทฯ เห็นสมควร และมีได้ให้คำยืนยันหรือรับรองถึงความถูกต้อง ความสมบูรณ์หรือความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้และ ไม่รับประกันว่าแผนงาน หรือโครงการตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้จะสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายหรือกรอบเวลาที่คาดการณ์ไว้ สำหรับ ข้อเสนอ ความคิดเห็น การคาดการณ์ การประมาณการต่าง ๆ รวมถึงข้อความในลักษณะที่เป็นการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคต (Forward-Looking Statement) ที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ เป็นเพียงมุมมองของบริษัทฯ ณ วันที่จัดทำเอกสารเท่านั้น ซึ่งมีความเสี่ยง และความไม่แน่นอน โดยอาจ เปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต ตามสภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน ปัจจัยทางธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นใดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทฯ ไม่มีภาระผูกพันที่จะต้อง แจ้งปรับปรุงข้อมูลหรือข้อความดังกล่าวให้ทราบ เว้นแต่คณะกรรมการบริษัทฯ จะมีการอนุมัติปรับเปลี่ยนแผนงาน หรือเป้าหมาย หรือข้อมูล อื่นใด ที่จะทำให้บริษัทฯ มีหน้าที่ต้องเปิดเผยการปรับเปลี่ยนดังกล่าวผ่านระบบของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ("ตลท.")

เอกสารฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยข้อมูลให้แก่นักลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไปเท่านั้น โดยไม่มีเจตนาในการชักชวน แนะนำ จูงใจ หรือให้ ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ และไม่อาจตีความได้ว่าเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุน การเสนอซื้อ หรือการเสนอขาย หรือการชักชวนให้เสนอซื้อหรือเสนอขายหลักทรัพย์ หรือการจูงใจให้ทำธุรกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์ที่ออกโดยบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน ประเทศหรือเขตปกครองพิเศษใดๆ ที่การกระทำได้กล่าวอาจขัดต่อกฎหมายของประเทศหรือเขตปกครองพิเศษนั้น รวมทั้งข้อมูลส่วนหนึ่งส่วนใดใน เอกสารฉบับนี้ไม่ควรถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเข้าทำสัญญา ข้อตกลงหรือลงทุนใดๆ ทั้งสิ้น ทั้งนี้บริษัทฯ กรรมการ ผู้บริหาร และพนักงาน ของบริษัทฯ ไม่รับผิดชอบต่อความสูญเสียหรือความเสียหายใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความเสียหายทางตรงความเสียหายทางอ้อม ความเสียหายจากการผิดสัญญา หรือความเสียหายอันสืบเนื่อง (รวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการสูญเสียผลกำไร) จากการนำข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ไปใช้ หรือจากการเชื่อถือ ในข้อมูลดังกล่าว หรือจากผลการดำเนินงานจริงที่อาจออกมาไม่เป็นไปตามที่บริษัทฯ คาดการณ์หรือประมาณการไว้

ผู้ลงทุนควรใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน โดยควรศึกษาข้อมูลของบริษัทฯ ที่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะอย่าง สม่าเสมอ อาทิ สารสนเทศตามเหตุการณ์ รายงานประจำปี (แบบ 56-1 One Report) งบการเงิน เป็นต้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจลง ทุนด้วยความรอบคอบ และระมัดระวัง

อนึ่ง ตลท. เป็นเพียงผู้ริเริ่มและสนับสนุนโครงการ JUMP+ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสร้างเติบโตให้กับบริษัทจดทะเบียนที่เข้าร่วม โครงการดังกล่าวเท่านั้น โดย ตลท. มิได้มีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในการจัดทำ อีกทั้งมิได้รับรองความครบถ้วนถูกต้อง ความเป็นไปได้ความสมเหตุสมผล ของเป้าหมาย การคาดการณ์ การประมาณการต่างๆ รวมถึงผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตามที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจใช้ข้อมูล ดังกล่าวจึงเป็นดุลยพินิจและวิจารณญาณของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้อง 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 : การขยายฐานการผลิตขึ้นส่วนยานยนต์สร้างโรงงานแห่งใหม่ที่จังหวัดชลบุรี เพื่อรองรับยอดขายใหม่ และทำให้สามารถ Relayout โรงงานขึ้นส่วนยานยนต์เดิมได้คล่องตัวขึ้น พร้อมผสาน AI Automation, Green Energy และ Logistics-Layout Optimization เข้าสู่สายการผลิตทั้งสองโรงงาน	3
แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขยายยอดขายบรรจุภัณฑ์น้ำมันและสินค้าอุปโภคบริโภค โดยการลงทุนเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัยด้วยเครื่องเป่า 3 layer และเครื่องเป่าที่เป็นแบบ IML (In mold labelling)	5
แผนกลยุทธ์ที่ 3 : Solar Rooftop ที่บริษัท มาสเตอร์ ลอนดรี จำกัด (บริษัทย่อย) เพื่อลดต้นทุนพลังงานและส่งเสริมเป้าหมาย ESG ระดับ กลุ่มบริษัท	7
ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล	9
แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	10
แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	11
แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	13
ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ	16
แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก	17
แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	18
ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+	20

SET สินค้าอุตสาหกรรม / บรรจุภัณฑ์	CG Report : 
	SET ESG Ratings: -
	ระบบต่อต้านคอร์รัปชันที่ผ่านการรับรอง (CAC): -

ภาพรวมธุรกิจ

ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดและฝา และชิ้นส่วนพลาสติกสำหรับยานยนต์ที่มีคุณภาพตามรูปแบบความต้องการใช้งานของลูกค้า

ข้อมูลงบการเงิน				
ปี	2568	2567	2566	2565
งบกำไรขาดทุน (ลบ.)				
รายได้	3,776.68	3,720.85	3,479.42	3,360.79
ค่าใช้จ่าย	3,522.46	3,496.52	3,224.27	3,200.49
Net Profit	164.48	127.44	152.30	83.53
งบแสดงฐานะทางการเงิน (ลบ.)				
สินทรัพย์	3,693.39	3,616.04	3,391.83	3,131.44
หนี้สิน	2,250.13	2,175.95	2,017.06	1,884.73
ส่วนผู้ถือหุ้น	1,432.28	1,430.31	1,374.77	1,246.71
งบกระแสเงินสด (ลบ.)				
กิจกรรมดำเนินงาน	574.71	233.34	386.96	426.22
กิจกรรมลงทุน	-330.76	-353.37	-305.43	-180.35
กิจกรรมจัดหาเงิน	-198.01	84.71	-69.70	-263.02
อัตราส่วนการเงิน				
กำไรต่อหุ้น (บาท)	0.28	0.21	0.25	0.14
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	19.19	18.36	19.43	16.22
อัตรากำไรสุทธิ (%)	4.42	3.43	4.38	2.49
D/E Ratio (เท่า)	1.56	1.51	1.47	1.51
ROE (%)	11.49	9.09	11.62	6.86
ROA (%)	6.96	6.40	7.82	5.20

แผนการเพิ่มมูลค่าบริษัท			
แผนธุรกิจ เป้าหมาย ณ ปี 2571			
EBITDA	610.00 ล้านบาท		
แผนกลยุทธ์	Growth	Profitability & Efficiency	Stability
1. แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การขยายฐานการผลิตขึ้น ส่วนยานยนต์สร้างโรงงานแห่งใหม่ที่จังหวัดชลบุรี เพื่อรองรับยอดขายใหม่ และทำให้สามารถ Relayout โรงงานขึ้นส่วนยานยนต์ เดิมได้คล่องตัวขึ้น พร้อมผสาน AI Automation, Green Energy และ Logistics-Layout Optimization เข้าสู่สายการผลิตทั้งสองโรงงาน	✓	✓	✓
2. แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขยายยอดขายบรรจุภัณฑ์ น้ำมันและสินค้าอุปโภคบริโภค โดยการลงทุน เครื่องจักร ใหม่ที่ทันสมัยด้วยเครื่องเป่า 3 layer และเครื่องเป่าที่เป็นแบบ IML (In mold labelling)	✓	✓	✓
3. แผนกลยุทธ์ที่ 3 : Solar Rooftop ที่บริษัท มาสเตอร์ ลอนดรี จำกัด (บริษัทย่อย) เพื่อลด ต้นทุนพลังงานและส่งเสริมเป้าหมาย ESG ระดับ กลุ่มบริษัท	✓	✓	
แผนด้านธรรมาภิบาล			
1. แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน			
2. แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด			
3. แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ			
แผนด้านสภาพภูมิอากาศ			
1. แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก			
2. แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก			

หมายเหตุ : เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยบริษัทจดทะเบียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนแก่ผู้ลงทุนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนเท่านั้น บริษัท จดทะเบียนไม่ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนใดๆ ในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน โดยก่อนการตัดสินใจลงทุนผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและควรขอรับคำปรึกษาจากผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ บริษัทจดทะเบียนไม่ต้องรับผิดชอบ ในความเสียหายหรือสูญหายจากการนำข้อมูล ที่ปรากฏนี้ไปใช้ในทุกกรณีและบริษัทจดทะเบียน สงวนสิทธิ์ในการแก้ไขข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า รวมทั้งห้ามไม่ให้ผู้ใด นำเอกสารหรือข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารฉบับนี้ไปทำซ้ำ ดัดแปลง หรือเผยแพร่ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากบริษัทจดทะเบียนก่อน หากผู้ลงทุนมีข้อสงสัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากรายงานหรือ สารสนเทศที่บริษัทได้เผยแพร่ผ่านช่องทางของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ/หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 1

แผนธุรกิจ

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

เป้าหมาย ณ ปี 2571

หัวข้อ	YE/2566	YE/2567	YE/2568	เป้าหมายปี 2571
EBITDA (ล้านบาท)	539.53	493.89	537.82	610.00

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

แผนกลยุทธ์ที่ 1 : การขยายฐานการผลิตขึ้นส่วนยานยนต์สร้างโรงงานแห่งใหม่ที่จังหวัดชลบุรี เพื่อรองรับยอดขายใหม่ และทำให้สามารถ
Relayout โรงงานขึ้นส่วนยานยนต์เดิมได้คล่องตัวขึ้น พร้อมผสาน AI Automation, Green Energy และ Logistics-Layout
Optimization เข้าสู่สายการผลิตทั้งสองโรงงาน

บริษัท พีเจดับเบิลยู ออโต้วี จำกัด (มหาชน) “PJWA” ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท ปัญญาพัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) “PJW” มีแผนสร้างโรงงานผลิตขึ้นส่วนยานยนต์แห่งใหม่บนพื้นที่นิคมปิ่นทอง 3 (ซึ่งปัจจุบันที่ดินและอาคารคลังสินค้าเป็นกรรมสิทธิ์ของ PJW มีเนื้อที่รวมทั้งหมดประมาณ 9 ไร่) โดยมีแผนที่จะก่อสร้างเป็นอาคารโรงงาน 1 อาคาร ขนาด 4,000 ตร.ม. และโรงแม่พิมพ์ ขนาด 1,000 ตร.ม.ในพื้นที่ส่วนที่เหลือ เพื่อรองรับยอดขายใหม่ที่จะเริ่มผลิตเชิงพาณิชย์ในปี 2571 นอกจากนี้ เมื่อพื้นที่โรงงานเพิ่มมากขึ้นจะสามารถเปิดโอกาสให้สามารถ Relayout โรงงานเดิมได้ โครงการนี้เป้าหมายในการผสาน AI & Factory Automation, Green Energy (Solar Rooftop), Logistics Optimization, Layout Optimization เข้าสู่สายการผลิตทั้งสองโรงงานเพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้:

Layout Optimization การออกแบบผังโรงงานแบบ Lean Flow Design ในส่วนของโรงงานใหม่ที่นิคมปิ่นทอง 3 ออกแบบ Flow การผลิตแบบ Lean ตั้งแต่ต้น โดยวางลำดับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับ Material Flow จริง ลดระยะทางการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและ Work-in-Process ระหว่างสถานีงานจนถึงการเตรียมจัดส่ง นอกจากนี้ โรงงานใหม่จะเป็นจุดเริ่มต้นให้สามารถ Relayout โรงงานเดิมได้อย่างคล่องตัว เพราะสามารถทยอยโยกย้ายบางไลน์การผลิตไปยังโรงงานใหม่ก่อน แล้วค่อยปรับผังโรงงานเดิมเป็นล๊อตๆ โดยไม่ต้องหยุดสายการผลิตทั้งหมดเพื่อขยายหรือปรับปรุง ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงด้านการส่งมอบให้ลูกค้าในระหว่างช่วงเปลี่ยนผ่าน และทำให้การ Relayout เป็นกระบวนการที่ควบคุมได้ทีละขั้น AI & Factory Automation โรงงานอัจฉริยะที่ขับเคลื่อนด้วย AI ออกแบบ Production Line ให้รองรับระบบอัตโนมัติและ AI โดยทำผังพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับเทคโนโลยีเช่น Robotic Cell สำหรับงานที่ต้องการความแม่นยำสูงหรือซ้ำซาก, Automated Guided Vehicle (AGV) สำหรับเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและ WIP ระหว่างสถานีงานโดยไม่ต้องพึ่งแรงงานคน, ระบบ Predictive Maintenance ที่ใช้ IoT , Sensor และ AI คาดการณ์ความเสียหายของเครื่องจักรก่อนเกิดปัญหาจริง เพื่อลด Downtime ที่ไม่ได้วางแผนไว้ และระบบ Real-time OEE Monitoring ที่ช่วยให้ผู้บริหารเห็นประสิทธิภาพการผลิตแบบทันเวลา ทั้งหมดนี้ออกแบบให้เชื่อมต่อกับระบบ ERP (Syteline Infor) และ MES ที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ข้อมูลจากหน่วยงานไหลเข้าสู่ระบบบริหารจัดการได้โดยอัตโนมัติ ไม่ต้องบันทึกข้อมูลซ้ำซ้อน ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนแรงงานทางตรงและทางอ้อม เพิ่มความแม่นยำในการผลิตและการวางแผน และเป็นรากฐานสำคัญให้บริษัทก้าวสู่ Smart Factory ได้อย่างเป็นระบบในระยะยาว

Green Energy & ESG พลังงานสะอาดและความยั่งยืน โรงงานแห่งใหม่จะติดตั้งระบบ Solar Rooftop บนหลังคาอาคารโรงงานและโรงแม่พิมพ์ เพื่อลดต้นทุนค่าพลังงานไฟฟ้าและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2) ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย ESG และแนวโน้มกฎหมายด้านสภาพภูมิอากาศที่เข้มงวดขึ้น รวมถึงการเตรียมพร้อมรับมือกลไก CBAM และภาษีคาร์บอนในอนาคต

Business Continuity: สร้าง Backup Site การมีโรงงานที่สองในพื้นที่ต่างจากโรงงานเดิม ทำให้บริษัทมี Backup Site สำหรับการผลิต หากโรงงานใดโรงงานหนึ่งประสบเหตุสุดวิสัย (เช่น ไฟไหม้ น้ำท่วม เครื่องจักรเสียหายรุนแรง หรือ Supply Chain Disruption เฉพาะพื้นที่) อีกโรงงานสามารถรองรับการผลิตต่อเนื่องได้บางส่วน ลดความเสี่ยงด้านการส่งมอบให้ลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้ากลุ่มยานยนต์ให้ความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในการพิจารณา Supplier (Dual-source / Risk Resilience)

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความมั่นคงทางการเงิน
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

บริษัท พีเจดับเบิลยู ออโตอีวิต จำกัด (มหาชน) มีแผนขยายโรงงานการผลิตเพื่อรองรับยอดขายใหม่ในปี 2571 ประมาณ 300-400 ล้านต่อปี ซึ่งเป็นงานนิเวศน์โมเดล และเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัท การสร้างโรงงานแห่งใหม่ นอกจากเพื่อเพิ่มพื้นที่สำหรับสายการผลิตใหม่ ยังเปิดโอกาสให้สามารถ Relayout โรงงานเดิม เพื่อลดต้นทุนแรงงานจากการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูประหว่างสถานีนงาน จนถึงเตรียมจัดส่ง นอกจากนี้ ยังสามารถลดต้นทุนค่าขนส่งระหว่างคลังจากการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ บริษัทจึงคาดหวังว่า จากการปรับผังเครื่องจักรของโรงงานใหม่ ประกอบกับการใช้ AI & Automation ต่างๆ รวมถึงการติดตั้ง Solar Rooftop เพิ่ม จะทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนการผลิต และมีผลกำไรที่ดีขึ้น

- เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
EBITDA (ล้านบาท)	493.89	537.82	500	550	610

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
โครงการโรงงานชลบุรีปิ่นทอง 3 มีแผนดำเนินการ 3 ปี โดยเริ่มจากปี 2569 ที่เน้นการ จัดการแบบก่อสร้างและวางระบบSmart Factory ควบคู่กับการใช้โซลาร์เซลล์ ถัดมาในปี 2570 จะเป็นการสร้างอาคารให้เสร็จ ทดสอบระบบเครื่องจักร และ ขอบใบอนุญาตที่จำเป็น จนถึงปี 2571 โรงงานจะเริ่ม เดินเครื่องผลิตและรับออเดอร์เต็มรูปแบบเพื่อสร้างรายได้ให้กับบริษัท	2569	• แบบก่อสร้างและ BOQ พร้อมยื่นขออนุญาตก่อสร้าง สำเร็จตามเวลาที่กำหนดไว้ • ออกแบบวางแผนระบบการผลิตสอดคล้องกับ Smart factory ทั้งโรงงานเดิม และโรงงานแห่งใหม่
	2570	• อาคารใหม่ก่อสร้างแล้วเสร็จ ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานอาคาร • Relayout โรงงานที่เดิม • ติดตั้งเครื่องจักรและระบบ Automation Commissioning แล้วเสร็จ พร้อม Trial Run • ได้รับใบอนุญาตประกอบการผลิตจากการนิคม เริ่มกระบวนการขอ ISO
	2571	• โรงงานเดินเครื่องผลิตจริง mass production ยอดผลิตตามแผน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงด้านยอดขาย

- ลักษณะความเสี่ยง

แผนการเติบโตของลูกค้าอาจจะเปลี่ยนไป หรือ คำสั่งซื้อไม่ได้เพิ่มขึ้นตามที่คาดการณ์ไว้ ทำให้ลงทุนไปแล้วได้กำลังการผลิต Oversupply

- ผลกระทบความเสี่ยง

ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้า เกิดต้นทุนจมทำให้ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ยืดเยื้อกว่าแผนไปมาก

- มาตรการจัดการความเสี่ยง

ดำเนินการลงทุนแบบแบ่งระยะ ให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาด เพื่อลดภาระต้นทุนและรักษากระแสเงินสดและการจัดโครงสร้างสินเชื่อให้สอดคล้องกับภาระการจ่ายคืนเงินกู้ โดยมีการวิเคราะห์ยอดขายและบริหารต้นทุนการผลิต เพื่อรักษาอัตรากำไรให้อยู่ในจุดที่มีผลกระทบจากความเสี่ยงเรื่องยอดขายที่ลดลง

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านการผลิต

• ลักษณะความเสี่ยง

ปัญหาโรงงานไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามแผนและต้นทุนที่วางไว้ เนื่องจากขาดทักษะฝีมือแรงงานและการจัดการโรงงานที่ติดตั้งและเริ่มสายการผลิตใหม่

• ผลกระทบความเสี่ยง

ต้นทุน Pre-operation สูง และ โครงการล่าช้าขาดประสิทธิภาพ

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

เตรียมอบรมบุคลากรโดยเฉพาะด้านช่างเทคนิคเครื่องจักร และช่างซ่อมบำรุงเครื่องจักรให้มีความเชี่ยวชาญ. จัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ : ตั้งหน่วยงานพิเศษขึ้นมาเพื่อผลักดัน ชัฟฟอร์ต และแก้ปัญหาให้โครงการนี้บรรลุเป้าหมายโดยตรง. กำกับดูแลอย่างใกล้ชิด : จัดตั้งคณะกรรมการโครงการที่ประกอบด้วยผู้บริหารระดับสูง พร้อมกำหนดให้มีการติดตามและรายงานผลความคืบหน้าต่อสำนักงานใหญ่เป็นประจำทุกเดือน

แผนกลยุทธ์ที่ 2 : ขยายยอดขายบรรจุภัณฑ์น้ำมันและสินค้าอุปโภคบริโภค โดยการลงทุนเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัยด้วยเครื่องเป่า 3 layer และเครื่องเป่าที่เป็นแบบ IML (In mold labelling)

แผนการลงทุนเครื่องจักร กลุ่มบรรจุภัณฑ์น้ำมันและสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทมีแผนขยายยอดขายในกลุ่มบรรจุภัณฑ์ขวดน้ำมันหล่อลื่นและสินค้าอุปโภคบริโภค สำหรับ ตลาดส่งออก ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีความต้องการ (Demand) เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งแผนการลงทุนออกเป็น 2 ส่วนหลัก

ส่วนที่ 1: เครื่องจักรเป่าขวดแบบ 3 ชั้น (Three Layer Blow Moulding) พร้อมระบบติดฉลากในแม่พิมพ์ (In-Mould Labelling - IML) จำนวน 2 เครื่อง บริษัทวางแผนลงทุนซื้อเครื่องจักรเป่าขวดเทคโนโลยี 3 ชั้น พร้อมระบบติดฉลากในกระบวนการเป่าขึ้นรูป เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์สินค้าพรีเมียม เทคโนโลยี 3 ชั้น: ช่วยให้บริษัทสามารถออกแบบโครงสร้างผนังขวดแบบ 3 ชั้น โดยชั้นในสุดเป็นเม็ดพลาสติก virgin ชั้นกลางใช้เม็ดรีไซเคิลจากกระบวนการผลิตของตัวเอง ส่วนชั้นนอกสุดเป็นชั้นผสมเม็ดสี (Masterbatch) สำหรับกำหนดสีตามความต้องการของลูกค้า การใช้โครงสร้าง 3 ชั้นทำให้ประหยัดการใช้เม็ดสีในส่วนที่ไม่จำเป็น และลดต้นทุนต่อหน่วยได้ อีกทั้งระบบติดฉลากในแม่พิมพ์ (IML): เป็นการยกระดับด้านความสวยงามและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ โดยฉลากจะถูกติดลงบนขวดในขั้นตอนการเป่าขวดโดยตรง ซึ่งยากต่อการปลอมแปลง เหมาะสำหรับสินค้ากลุ่มพรีเมียม (Premium) ที่ต้องการความแตกต่างในตลาดและรองรับการขนส่งระยะไกลในตลาดส่งออก

ส่วนที่ 2: ระบบอัตโนมัติ (Automation) และระบบ AI Photovision สำหรับสายการผลิต บริษัทจัดสรรงบประมาณสำหรับยกระดับระบบควบคุมคุณภาพการผลิต ด้วยการนำระบบอัตโนมัติและกล้อง AI Photovision เข้ามาปรับใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อยกระดับระบบคุณภาพ (Quality System) ลดข้อผิดพลาดจากการตรวจสอบโดยมนุษย์ ทำให้สินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การลงทุนในส่วนนี้ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยรวม (OEE) ลดเวลาหยุดทำงานของเครื่องจักร (Downtime) และรองรับปริมาณคำสั่งซื้อที่เพิ่มขึ้นได้โดยไม่ต้องเพิ่มกำลังคนในสัดส่วนเดียวกัน

มิติที่แผนงานส่งเสริมและพัฒนาองค์กร

- ด้านการเติบโต: เพิ่มยอดขายของลูกค้าตลาดส่งออกน้ำมันหล่อลื่นและสินค้าอุปโภคบริโภคโดยเป็นการลงทุนใน เทคโนโลยีเป่าขวด 3 layer และระบบ IML ที่ตอบโจทย์การดำเนินธุรกิจตามหลัก ESG (สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล), กลุ่มลูกค้าที่ต้องการป้องกันการปลอมแปลงสินค้า และความสวยงาม
- ด้านความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพ: เทคโนโลยี 3 ชั้นช่วยลดต้นทุนวัตถุดิบด้วยการนำเม็ดพลาสติกใช้แล้วในโรงงานกลับมาใช้ใหม่ในชั้นกลาง และประหยัดเม็ดสี ระบบอัตโนมัติและAI Photovision ช่วยยกระดับคุณภาพเพื่อลดของเสียและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยรวม (OEE)
- ด้านความมั่นคงทางการเงิน: การเพิ่มรายได้บรรจุภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นและสินค้าอุปโภคบริโภคสู่ตลาดส่งออก จะทำให้มีกำไรที่เพิ่มขึ้นทั้งจากสินค้ากลุ่มพรีเมียมจากงาน IML และรองรับตลาดส่งออกที่มีการขยายตัวที่ดี

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความมั่นคงทางการเงิน
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

กลุ่มบรรจุภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นพื้นตัว ในปี 2567 และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง เครื่อง Three Layer + IML จะเป็นโอกาสให้บริษัทขยายเข้าสู่ตลาดส่งออกที่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าตลาดในประเทศ ทำให้รายได้สูงขึ้นและมีกำไรส่วนเกินเพิ่มขึ้น

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
EBITDA (ล้านบาท)	493.89	537.82	500	550	610

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ขยายการเติบโตลูกค้ากลุ่มน้ำมันหล่อลื่นและสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการส่งออก โดยใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเกรดพรีเมียมด้วยเทคโนโลยีเครื่องเป่า 3-layer และ IML	2569	- ประเมินและตัดสินใจเลือกเครื่องจักร สรุปผู้ขาย ลงนามสัญญาซื้อเครื่องจักร - พัฒนา Prototype ขวดบรรจุภัณฑ์ 3-layer + IML ส่งตัวอย่างให้ลูกค้า ทดสอบ โดย ลูกค้าอนุมัติ Prototype และยืนยัน Specification
	2570	- ลงทุนในเครื่องจักรและระบบ Automation และ AI Photovision - ผลิต mass Production
	2571	- Utilization Rate เครื่อง 3-layer ≥ ร้อยละ 75 - Portfolio สินค้า 3-layer ขยายอย่างน้อย 2-3 กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความผันผวนของค่าเงินและราคาวัตถุดิบ

ลักษณะความเสี่ยง

การซื้อเครื่องจักรและระบบ Automation และ AI Photovision จากต่างประเทศ ใช้เงินสกุลต่างประเทศที่อาจจะเกิดภาวะผันผวน ประกอบกับราคาเม็ดพลาสติกที่เป็นวัตถุดิบหลักมีแนวโน้มเคลื่อนไหวตามราคาน้ำมันโลก

ผลกระทบความเสี่ยง

ผลกระทบความเสี่ยงต้นทุนซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์อาจสูงกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ (40 ล้านบาท) หากเงินบาทอ่อนค่า ทำให้ Payback Period ยาวนานขึ้น

มาตรการจัดการความเสี่ยง

- ทำสัญญา Forward Contract ทำสัญญาเพื่อปิดความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนสำหรับการชำระค่าเครื่องจักรให้เป็นต้นทุนที่ยอมรับได้
- การปรับราคาต้นทุนวัตถุดิบรายไตรมาส เพื่อลดผลกระทบความผันผวนของราคาวัตถุดิบกับลูกค้า

ความเสี่ยงที่ 2 : ยอดขายไม่ได้ตามประมาณการที่วางไว้ จากความผันผวนและผลกระทบทางเศรษฐกิจในและต่างประเทศ

ลักษณะความเสี่ยง

ตลาดส่งออกน้ำมันหล่อลื่นและสินค้าอุปโภคบริโภคมีปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่น มาตรการกีดกันทางการค้า การเปลี่ยนแปลงนโยบายนำเข้าของประเทศปลายทาง

ผลกระทบความเสี่ยง

เครื่องจักร 3 Layer + IML ที่ลงทุนไปไม่ถูกใช้งานเต็มกำลัง (Underutilization) ทำให้ไม่คุ้มค่าการลงทุน

• **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

กระจายฐานลูกค้าจากตลาดอื่นๆหรือลูกค้ารายอื่นที่ไม่ได้รับผลกระทบมากนัก ทั้งในส่วนของน้ำมันหล่อลื่นและตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค

แผนกลยุทธ์ที่ 3 : Solar Rooftop ที่บริษัท มาสเตอร์ ลอนดรี จำกัด (บริษัทย่อย) เพื่อลดต้นทุนพลังงานและส่งเสริมเป้าหมาย ESG ระดับกลุ่มบริษัท

บริษัท มาสเตอร์ ลอนดรี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยที่บริษัทถือหุ้นร้อยละ 91.38 ประกอบธุรกิจบริการซักอบรีดอุตสาหกรรมแบบครบวงจรและให้เช่าผ้าพร้อมบริหารจัดการแบบครบวงจร มีแผนลงทุนติดตั้งระบบ Solar Rooftop บนหลังคาอาคารโรงงาน Phase 3 เพิ่มเติม ขนาดกำลังผลิตรวม 125.28 kWp เพื่อลดต้นทุนค่าพลังงานไฟฟ้าซึ่งเป็นต้นทุนหลักของธุรกิจซักอบรีดอุตสาหกรรม

ธุรกิจซักอบรีดอุตสาหกรรมเป็นธุรกิจที่ใช้พลังงานไฟฟ้าและความร้อนสูง ทั้งจากเครื่องซักผ้า เครื่องอบผ้า และเครื่องรีดผ้าอุตสาหกรรม การติดตั้ง Solar Rooftop จะช่วยลดค่าไฟฟ้าจากการผลิตไฟฟ้าใช้เองในช่วงกลางวัน ซึ่งเป็นช่วงที่โรงงานมีปริมาณการใช้ไฟฟ้าสูงสุด ทำให้การลงทุน Solar ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าเนื่องจากสามารถใช้ไฟฟ้าที่ผลิตได้ทั้งหมดภายในโรงงาน (Self-consumption) โดยไม่ต้องขายคืนเข้าระบบ

โครงการนี้ยังส่งเสริมเป้าหมายด้านความยั่งยืน (ESG) ของกลุ่มบริษัท โดยช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อม (Scope 2 GHG Emissions) ของ มาสเตอร์ ลอนดรี สอดคล้องกับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทแม่ที่ให้ความสำคัญกับการลดก๊าซเรือนกระจกผ่านโครงการ Solar Rooftop ตามที่ระบุไว้ในรายงานความยั่งยืนของกลุ่มบริษัท และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ข้อที่ 7 (พลังงานสะอาด) และข้อที่ 13 (การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ)

การดำเนินการ Solar Rooftop ที่มาสเตอร์ ลอนดรี อยู่ในขั้นตอน Preliminary Design แล้ว สามารถดำเนินการติดตั้งและเริ่มเห็นผลได้ภายในปี 2569 เนื่องจากใช้พื้นที่หลังคาเดิมที่มีอยู่แล้ว ไม่ต้องขออนุญาตก่อสร้างอาคารใหม่ ทำให้เป็นโครงการที่มี Time-to-Benefit สั้น สามารถเริ่มเห็นผลประหยัดค่าพลังงานได้ภายในปีแรกของการติดตั้ง

มิติที่แผนงานส่งเสริมและพัฒนาองค์กร

- ด้านการเติบโต (Growth)เสริมศักยภาพบริษัทย่อยให้แข่งขันด้านราคาได้ดีขึ้นจากต้นทุนพลังงานที่ต่ำลง รองรับการขายฐานลูกค้าซักอบรีดอุตสาหกรรม
- ด้านความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพ (Profitability & Efficiency) ลดค่าไฟฟ้า ~600,000 บาท/ปี คืนทุนภายใน 5-6 ปี ส่งผลให้ Gross Profit Margin ของมาสเตอร์ ลอนดรีปรับตัวดีขึ้น

แผนงานดังกล่าวจะส่งเสริมและพัฒนาองค์กรในมิติ

- การเติบโต
- ความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

เป้าหมาย

มาสเตอร์ ลอนดรี เป็น High-Growth Engine ของกลุ่มบริษัท โดยรายได้จากงานบริการเติบโตจาก 126 ล้านบาท (ปี 2565) เป็น 371 ล้านบาท (ปี 2567) คิดเป็น CAGR 71%/ปี โดยคาดว่าจะยอดขายจะอยู่ในช่วง 450 - 550 ล้านบาทภายในปี 2571 สร้าง EBITDA ส่วนเพิ่มประมาณ 20 - 35 ล้านบาท Solar Phase 3 จะช่วยลดต้นทุนพลังงานซึ่งเป็นต้นทุนหลักของธุรกิจซักอบรีด ทำให้ Margin ของมาสเตอร์ ลอนดรี แข็งแกร่งขึ้นแม้ขยาย Capacity รองรับลูกค้าโรงพยาบาลและโรงแรมที่เพิ่มขึ้น

• **เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร**

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
EBITDA (ล้านบาท)	493.89	537.82	500	550	610

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ดำเนินการอนุมัติและลงนามในสัญญาโครงการติดตั้ง Solar Cell Phase 3 ขนาด 125.28 kWp เพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการติดตั้งระบบอย่างเป็นทางการ พร้อมทั้งจัดทำค่าพยากรณ์การใช้ไฟฟ้าอ้างอิง (Baseline) สำหรับใช้เปรียบเทียบและเริ่มติดตามผลการประหยัดพลังงานที่เกิดขึ้นจริงให้เป็นไปตามเป้าหมาย	2569	- Board อนุมัติ ลงนามสัญญา - ระบบ Solar Commissioning แล้วเสร็จ จ่ายไฟเข้าระบบ - เริ่มประหยัด ~50,000 บาท/เดือน
	2570	- รายงาน Actual vs. Plan (เป้า ≥ ร้อยละ 90 ของ Projection) - ใช้ประกอบ ESG Report ของกลุ่มบริษัท
	2571	ประเมินและตรวจสอบประสิทธิภาพการประหยัดพลังงานและยั่งยืน Payback Period ~5-6 ปีตามแผน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ผลผลิตพลังงานไฟฟ้าจาก Solar ต่ำกว่าประมาณการ

• ลักษณะความเสี่ยง

ปริมาณแสงแดดบางฤดูกาลอาจต่ำกว่าค่าเฉลี่ย ประกอบกับ Degradation Rate ของแผง (~ ร้อยละ 0.5-0.7/ปี) อาจทำให้ผลผลิตจริงต่ำกว่า 153,600 kWh/ปี

• ผลกระทบความเสี่ยง

ผลประหยัดจริงน้อยกว่าคาด Payback Period อาจยาวนานกว่า 5-6 ปี

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

- (ก) การคำนวณใช้ค่า Conservative (Peak Sun Hours 4.2 ชม., PR ร้อยละ 80) จึงมี Buffer อยู่แล้ว
- (ข) แผง Performance Warranty 25 ปี (ค) จัดทำแผนล้างแผงทุก 3-6 เดือน

ส่วนที่ 2

แผนด้านธรรมาภิบาล

ส่วนที่ 2 แผนด้านธรรมาภิบาล

การกำกับดูแลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส

แผนยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน

บริษัทดำเนินการยกระดับการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชันผ่านกลไกการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบและกำกับดูแลกิจการทำหน้าที่ สอบทาน ติดตาม และให้ข้อเสนอแนะอย่างเป็นอิสระ บริษัทมุ่งเน้นการป้องกันเชิงระบบด้วยการพัฒนาระบบควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการ ตรวจสอบภายในตามกรอบมาตรฐานสากล ควบคู่กับการส่งเสริมจรรยาบรรณและการปฏิบัติตามกฎหมาย ผ่านการสื่อสาร การเรียนรู้ และการติดตามผล อย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การจัดทำนโยบายด้านการต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน ครอบคลุมการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจขององค์กร และได้รับการ อนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท ตลอดจนมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติ ด้านการต่อต้านทุจริตและคอร์รัปชันและ มีการรายงานผลการ ตรวจสอบโดยผู้ตรวจสอบภายในแก่คณะกรรมการบริษัทอย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง ในกรณีที่พบการทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และ มาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการต่อต้านทุจริตและ คอร์รัปชันต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
ได้รับการรับรอง CAC จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัท ไทย (Thai IOD)	ยังไม่ดำเนินการ	ระหว่างดำเนินการขอ ยื่นรับรอง	ระหว่างดำเนินการขอ ยื่นรับรอง	ได้รับการรับรอง
โครงการยกระดับธรรมาภิบาลคู่ค้าสำคัญในประเทศ	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
โครงการเตรียมความพร้อมและขอรับรองมาตรฐาน CAC	2569	• ทบทวนและปรับปรุงนโยบาย กระบวนการ และการควบคุมภายในให้ สอดคล้องกับข้อกำหนดและดำเนินการสื่อสารและสร้างความตระหนักรู้ด้าน การต่อต้านการทุจริตแก่ผู้บริหารและพนักงาน พร้อมประเมินช่องว่าง (Gap Analysis) และติดตามผลการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนดอย่างเป็นระบบ
	2570	• ยกระดับการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ CAC อย่างครบถ้วน พร้อม จัดเตรียมเอกสาร หลักฐาน และยื่นขอรับรองมาตรฐาน เพื่อเสริมสร้างความ เชื่อมั่นด้านธรรมาภิบาลอย่างยั่งยืน
	2571	• ยื่นเอกสารแบบประเมินตนเอง (Self-Assessment) และยื่นขอการรับรอง เป็นสมาชิก CAC (Certified)
โครงการยกระดับธรรมาภิบาลคู่ค้ารายสำคัญในประเทศ	2569	• ดำเนินการศึกษาหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติให้คู่ค้ารายสำคัญภายในประเทศ ต้องมีนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน รวมถึงพิจารณาความเป็นไป ได้และผลกระทบของคู่ค้าหลักที่มีอยู่
	2570	• ดำเนินการประกาศนโยบาย และสื่อสารกับคู่ค้าถึงแนวทางการปฏิบัติตาม

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		นโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชัน
	2571	ดำเนินการติดตามและประเมินการปฏิบัติตามนโยบายของคู่ค้ารายสำคัญภายในประเทศผ่านแบบประเมินตนเองและการทบทวนเอกสาร พร้อมให้ข้อเสนอแนะเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านธรรมาภิบาลในห่วงโซ่อุปทาน

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความเสี่ยงจากการตีความของการปฏิบัติตามนโยบาย

• ลักษณะความเสี่ยง

การตีความของการปฏิบัติตามนโยบายไม่ตรงกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทำผิดนโยบายโดยไม่เจตนา

• ผลกระทบความเสี่ยง

ผิดนโยบายบริษัท และอาจเป็นข้อบกพร่องที่ทำให้ไม่ผ่านการรับรอง CAC

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

กำหนดหลักเกณฑ์ และตัวอย่างแนวปฏิบัติให้ครอบคลุม และเปิดช่องทางให้ปรึกษากับผู้ควบคุมนโยบาย รวมถึง หากมีข้อคิดเห็นที่ไม่ตรงกันให้กรรมการตรวจสอบเป็นผู้ชี้ดุลพินิจ

ความเสี่ยงที่ 2 : ความพร้อมของคู่ค้ารายสำคัญในประเทศยังไม่ครบถ้วน

• ลักษณะความเสี่ยง

คู่ค้าบางรายไม่มีนโยบาย/มาตรการต่อต้านทุจริต หรือไม่ส่งหลักฐานการปฏิบัติตามตามกำหนด

• ผลกระทบความเสี่ยง

ผลประโยชน์ความพร้อมของคู่ค้าไม่ผ่าน หรือ มีข้อจำกัดด้านเอกสาร และระบบที่มี

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

สื่อสารและส่งเสริมให้คู่ค้า รวมถึงจัดทำคู่มือและ template การประเมินตนเอง รวมถึง สุ่มตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง รวมถึง สรรหา คู่ค้าอื่นเพิ่มเติมที่มีนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่เป็นรูปธรรม

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://investor.pjw.co.th/corporate/governance>



แผนยกระดับการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด

บริษัทมุ่งยกระดับระบบการแจ้งเบาะแสการกระทำผิดให้เป็นกลไกสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยมีคณะกรรมการตรวจสอบและกำกับดูแลกิจการทำหน้าที่กำกับและติดตามอย่างเป็นอิสระ บริษัทพัฒนาช่องทางการรับแจ้งข้อมูลที่เหมาะสม ปลอดภัย และคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส พร้อมเชื่อมโยงกับระบบควบคุมภายใน การบริหารความเสี่ยง และการตรวจสอบภายใน ควบคู่กับการสื่อสารและสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อให้การแจ้งข้อมูลเป็นไปอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และนำไปสู่การป้องกันและแก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพ

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแสการกระทำผิด	เสร็จสิ้น	-	-	-
• มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติแจ้งเบาะแสที่ชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	เสร็จสิ้น	-	-	-
• แต่งตั้งบุคคลผู้รับเรื่องการแจ้งเบาะแสที่มีความเป็นกลาง	เสร็จสิ้น	-	-	-
• เรื่องร้องเรียนทุกรายการได้รับการสืบสวน และรายงานผลต่อคณะกรรมการบริษัทภายในระยะเวลาที่กำหนด ในกรณีที่พบการกระทำผิด มีการระบุแนวทางแก้ไข และมาตรการป้องกันการเกิดซ้ำอย่างชัดเจน	เสร็จสิ้น	-	-	-
• การทบทวนนโยบายและแนวปฏิบัติการแจ้งเบาะแสต่อคณะกรรมการบริษัทอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	เสร็จสิ้น	-	-	-
โครงการขับเคลื่อนวัฒนธรรมการแจ้งเบาะแสอย่างโปร่งใส และยกระดับระบบแจ้งเบาะแสที่รวดเร็ว เป็นธรรม และปลอดภัย	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
โครงการขับเคลื่อนวัฒนธรรมการแจ้งเบาะแสอย่างโปร่งใส และยกระดับระบบแจ้งเบาะแสที่รวดเร็ว เป็นธรรม และปลอดภัย	2569	• -พนักงานเข้ารับการสื่อสาร/อบรมเรื่องการแจ้งเบาะแสและการคุ้มครองผู้แจ้ง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 -ดำเนินการทดสอบระบบการแจ้งเบาะแสตามแผนการตรวจสอบเป็นระยะๆ -จัดให้อยู่ในกิจกรรมสัปดาห์ CG
	2570	• ยกระดับให้เป็นมิตรกับผู้ใช้งาน และรักษาความลับของผู้แจ้งในรูปแบบดิจิทัล คุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส
	2571	• สร้างระบบติดตามการสอบสวนและจัดการการแจ้งเบาะแสในรูปแบบดิจิทัล

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : พนักงานไม่กล้าแจ้งเบาะแสหรือไม่ใช้ช่องทางที่บริษัทจัดให้

• ลักษณะความเสี่ยง

พนักงานหรือผู้เกี่ยวข้องอาจมีความกังวลเรื่องความปลอดภัย ความไม่เป็นธรรม หรือการถูกตอบโต้ ส่งผลให้ไม่กล้าแจ้งเบาะแส หรือเลือกใช้ช่องทางที่ไม่เป็นทางการ ทำให้ข้อมูลไม่เข้าสู่กระบวนการที่เหมาะสม

• ผลกระทบความเสี่ยง

ข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำผิดหรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมไม่ได้รับการแจ้งหรือได้รับล่าช้า ส่งผลให้บริษัทไม่สามารถตรวจสอบ แก้ไข และป้องกันความเสี่ยงได้ทันท่วงที อาจกระทบต่อระบบการกำกับดูแลกิจการและความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทพัฒนาและสื่อสารช่องทางการแจ้งเบาะแสที่ปลอดภัย รักษาความลับ และคุ้มครองผู้แจ้งอย่างชัดเจน พร้อมกำหนดกระบวนการรับเรื่องและติดตามผลที่โปร่งใส ภายใต้การกำกับของคณะกรรมการตรวจสอบ รวมถึงสร้างความตระหนักรู้แก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมวัฒนธรรมการแจ้งเบาะแสในองค์กร

ความเสี่ยงที่ 2 : ระบบการแจ้งเบาะแสมีปัญหา และขาดผู้ดูแล

• ลักษณะความเสี่ยง

ระบบการแจ้งเบาะแสมีปัญหา และขาดผู้ดูแล ทำให้การแจ้งเบาะแสไม่ถูกติดตามและจัดการในเวลาที่เหมาะสม

• ผลกระทบความเสี่ยง

เบาะแสสำคัญไม่ได้รับการดำเนินการอย่างทันท่วงที ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของพนักงานต่อระบบแจ้งเบาะแส ลดประสิทธิภาพในการป้องกันและแก้ไขการกระทำผิด และอาจกระทบต่อภาพลักษณ์ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทกำหนดผู้ดูแล ขั้นตอนการรับเรื่อง คัดกรอง และติดตามผลที่ชัดเจน พร้อมระบุกรอบระยะเวลาการดำเนินการในแต่ละขั้นตอน จัดให้มีผู้รับผิดชอบหลัก (Case Owner) และระบบติดตามสถานะเบาะแสอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อให้การจัดการเบาะแสเป็นไปอย่างรวดเร็ว เป็นธรรม และตรวจสอบได้

เอกสารแนบ

ลิงก์ URL ของเอกสาร : <https://investor.pjw.co.th/corporate/governance>



การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยงและความมั่นคง

แผนยกระดับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ

บริษัทให้ความสำคัญกับการยกระดับการกำกับดูแลด้านความมั่นคงสารสนเทศ เพื่อปกป้องข้อมูลสำคัญขององค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และรองรับการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลอย่างมั่นคง บริษัทมุ่งเสริมสร้างนโยบาย โครงสร้างการกำกับดูแล และกระบวนการบริหารความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับมาตรฐานที่ยอมรับ ควบคู่กับการพัฒนาระบบควบคุม การเฝ้าระวัง และการตอบสนองต่อเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสร้างความตระหนักรู้และความรับผิดชอบด้านความมั่นคงสารสนเทศแก่ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่น ความต่อเนื่องทางธุรกิจ และความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

เป้าหมาย

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
มีนโยบายและแนวปฏิบัติสำหรับการกำกับดูแลความมั่นคงสารสนเทศ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น
มีการจัดทำนโยบายและแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศชัดเจนและเป็นลายลักษณ์อักษรและได้รับการอนุมัติโดยคณะกรรมการบริษัท	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
ความมั่นคงปลอดภัย (Cybersecurity) สารสนเทศได้รับการประเมินโดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร และมีแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม	ยังไม่ดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น

หัวข้อ	สถานะก่อนเข้าร่วมโครงการ	เป้าหมาย		
		2569	2570	2571
พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรม สื่อสาร และทดสอบความเข้าใจ เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	อยู่ระหว่างดำเนินการ	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น
จัดการทดสอบความมั่นคงไซเบอร์อย่างน้อยทุก 3 ปี	-	เสร็จสิ้น	-	-

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ยกระดับความพร้อมด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์และการตอบสนองเหตุการณ์	2569	ศึกษาเกณฑ์การประเมิน ความพร้อมด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ตามมาตรฐาน CIS Control และประเมินช่องว่าง (Gap Analysis) และติดตามผลการปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนดอย่างเป็นระบบ ดำเนินการทดสอบแผนตอบสนองเหตุการณ์ไซเบอร์ (VA & Pentest) ตามระยะเวลาที่กำหนดในนโยบาย และติดตั้งระบบ Web Application Firewall สื่อสารนโยบาย ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์พร้อมอบรมผู้บริหารและพนักงานกลุ่มเสี่ยง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90
	2570	นำผลจากการทดสอบแผนตอบสนองเหตุการณ์ไซเบอร์มาดำเนินการปรับปรุง พัฒนาระบบเพื่อยกระดับความปลอดภัย จัดทำการประเมินความเสี่ยงด้านสารสนเทศ (Self-assessment) ติดตามแก้ไขต่อเนื่อง
	2571	จัดให้มีการประเมินความปลอดภัยไซเบอร์โดยผู้ตรวจสอบอิสระจากภายนอกองค์กร และมีแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งที่ปรึกษา

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ความไม่พร้อมของบุคลากรและกระบวนการในการตอบสนองเหตุการณ์ไซเบอร์

• ลักษณะความเสี่ยง

บุคลากรที่เกี่ยวข้องยังขาดทักษะ ความเข้าใจ หรือประสบการณ์ในการจัดการเหตุการณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ ขณะที่กระบวนการตอบสนองเหตุการณ์ (Incident Response) ยังไม่ถูกนำไปใช้จริงหรือทดสอบอย่างสม่ำเสมอ ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้

• ผลกระทบความเสี่ยง

ไม่สามารถตรวจพบหรือตอบสนองต่อเหตุการณ์ไซเบอร์ได้อย่างทันท่วงที ส่งผลให้ระยะเวลาในการจัดการเหตุการณ์ยาวนานกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ อาจเกิดผลกระทบต่อระบบสารสนเทศ ความต่อเนื่องทางธุรกิจ และทำให้แผนยกระดับความพร้อมด้านไซเบอร์ไม่บรรลุผลลัพธ์ที่กำหนด

• มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทกำหนดบทบาท ความรับผิดชอบ และขั้นตอนการตอบสนองเหตุการณ์ไซเบอร์อย่างชัดเจน พร้อมจัดการอบรมและซักซ้อมสถานการณ์จำลองเป็นประจำ พัฒนาแนวปฏิบัติและเครื่องมือสนับสนุนการทำงานให้พร้อมใช้งานจริง และติดตามผลการทดสอบเพื่อนำไปปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การกำกับดูแลของฝ่ายบริหารและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

• ลักษณะความเสี่ยง

เทคโนโลยีสารสนเทศและภัยคุกคามทางไซเบอร์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นโยบาย มาตรการควบคุม และแนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านความมั่นคงสารสนเทศขององค์กรอาจไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้แนวปฏิบัติที่ใช้อยู่ล้าสมัยหรือไม่ครอบคลุมความเสี่ยงรูปแบบใหม่

- ผลกระทบความเสี่ยง

องค์กรอาจไม่สามารถระบุและจัดการความเสี่ยงด้านความมั่นคงสารสนเทศได้อย่างเพียงพอ มาตรการควบคุมขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้การกำกับดูแลด้านความมั่นคงสารสนเทศไม่บรรลุเป้าหมาย และเพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดเหตุการณ์ด้านเทคโนโลยีที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

- มาตรการจัดการความเสี่ยง

บริษัทติดตามแนวโน้มเทคโนโลยีและภัยคุกคามทางไซเบอร์อย่างสม่ำเสมอ ทบทวนนโยบายและมาตรการด้านความมั่นคงสารสนเทศเป็นประจำ จัดให้มีการประเมินความเสี่ยงเมื่อมีการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้งาน และรายงานประเด็นความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อฝ่ายบริหารและคณะกรรมการ เพื่อให้การกำกับดูแลและการจัดการความเสี่ยงสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ส่วนที่ 3

แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

องค์กรมีการจัดทำรายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว

ลิงก์ URL ของเอกสาร : ปีรายงาน 2568

https://panjawattanaplastic-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/ir_pjw_co_th/IQDCGLG0q2pKQrrdKwilbPOXAf9lZSvapnOB2looNsJZio0?e=Vh6c6S



บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการรักษาสีงแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กรอบนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนที่บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เข้ากับกลยุทธ์หลักขององค์กร เพื่อยกระดับความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่มูลค่า ระดับสากลที่ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) บริษัทได้ยกระดับการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกให้เป็นเครื่องมือเชิงบริหารที่สำคัญ เพื่อควบคุมต้นทุนด้านพลังงานและวางแผนการดำเนินงานในระยะยาว โดยกำหนดขอบเขตการประเมินที่ครอบคลุมทั้ง 3 ขอบเขตตามมาตรฐานสากล:

ขอบเขตที่ 1 (Direct Emissions): มุ่งเน้นการควบคุมการเผาไหม้เชื้อเพลิงในกระบวนการผลิตและยานพาหนะ รวมถึงการจัดการสารทำความเย็นอย่างเข้มงวด ซึ่งส่งผลให้ในปี 2568 ปริมาณการปล่อยในส่วนนี้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญเหลือเพียง 2,033 tCO₂e จากเดิม 4,642 tCO₂e ในปีก่อนหน้า

ขอบเขตที่ 2 (Energy Indirect Emissions): ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ไฟฟ้าในกระบวนการผลิตและเป่าขึ้นรูปพลาสติก โดยมีเป้าหมายหลักคือการลดการใช้พลังงานลงร้อยละ 8 ภายในปี 2571

ขอบเขตที่ 3 (Other Indirect Emissions): ครอบคลุมกิจกรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่า ตั้งแต่การขนส่งวัตถุดิบไปจนถึงการจัดการของเสีย เพื่อสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร

ในปี 2568 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมอยู่ที่ 84,450 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เพิ่มขึ้นจาก 70,384 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2567 ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าการปล่อยในขอบเขตที่ 1 ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 4,642 เหลือ 2,033 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของมาตรการควบคุมการปล่อยทางตรงที่บริษัทดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การเพิ่มขึ้นของขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3 เป็นผลจากการขยายตัวของกิจกรรมทางธุรกิจและการขยายขอบเขตการรายงานให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เป้าหมาย

- มิติสิ่งแวดล้อม: การจัดการพลังงานและสภาวะภูมิอากาศ บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายหลักคือ:
 - ลดการใช้พลังงานลงร้อยละ 8 ภายในปี 2571 เมื่อเทียบกับปีฐาน
 - เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน โดยมีเป้าหมายใช้พลังงานสะอาดให้ได้ร้อยละ 20% ในปี 2571
 - การจัดการของเสียอุตสาหกรรม มุ่งเป้าให้ของเสียจากกระบวนการผลิตที่ต้องนำไปฝังกลบเป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) รวมถึงปริมาณของเสียที่ต้องกำจัดโดยการเผาทำลายแบบไม่ได้พลังงานต้องเป็นศูนย์เช่นกัน
- มิติสังคม: สุขภาพ ความปลอดภัย และการพัฒนาบุคลากร บริษัทมุ่งเน้นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและความปลอดภัยให้กับพนักงานและคู่ค้า ดังนี้:
 - สร้างวัฒนธรรมองค์กรคาร์บอนต่ำโดยให้ความรู้และจัดกิจกรรมกับพนักงานและคู่ค้า
 - จัดตั้งทีม Carbon Management เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมลดการใช้ทรัพยากร พลังงาน และขยะในทุกกระบวนการธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม
- มิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแล: บรรษัทภิบาลและความมั่นคงทางไซเบอร์ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างโปร่งใสและน่าเชื่อถือ บริษัทได้ตั้งเป้าหมายไว้ดังนี้:

- การกำกับดูแลกิจการ มุ่งหวังผลการประเมินคะแนนระดับ 5 ดาว จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2568 และกำหนดให้การปฏิบัติที่ผิदनโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นศูนย์
- ความปลอดภัยสารสนเทศ ระบบสารสนเทศต้องทำงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 99.5 และต้องไม่มีข้อร้องเรียนเรื่องความไม่ปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

หัวข้อ	เป้าหมาย		
	2569	2570	2571
จัดทำรายงาน, ทวนสอบและเผยแพร่ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ขอบเขต 1 และ 2)	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น	เสร็จสิ้น

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

บริษัทดำเนินธุรกิจภายใต้ความตระหนักว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเป็นทั้งความเสี่ยงและโอกาสทางธุรกิจ การกำหนดแผน Decarbonization ที่ชัดเจนจึงมิใช่เพียงการปฏิบัติตามข้อกำหนด แต่เป็นกลยุทธ์เชิงรุกที่มุ่งลดต้นทุนพลังงาน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สร้างความได้เปรียบด้านราคา และเปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่กับลูกค้ากลุ่มพรีเมียมที่กำหนดเงื่อนไขด้านความยั่งยืน

เป้าหมาย

- 1 – การลดต้นทุนและปกป้องอัตรากำไร: ทุกมาตรการที่ดำเนินการมีผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน โดยเฉพาะการประหยัดค่าพลังงานจาก Solar Rooftop ในภาวะที่ราคาพลังงานมีความผันผวน มาตรการเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงด้านต้นทุนตามธรรมชาติ (Natural Hedge)
- 2 – การเข้าถึงตลาดและลูกค้ากลุ่มพรีเมียม: ลูกค้าระดับสากลในกลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าอุปโภคบริโภค กำหนดเงื่อนไขด้าน ESG เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำในการคัดเลือกซัพพลายเออร์ การมีบัญชีก๊าซเรือนกระจกที่ครบถ้วนและแผน Decarbonization ที่เป็นรูปธรรม ช่วยให้บริษัทสามารถเข้าถึงตลาดที่มีมูลค่าสูงและมีอัตรากำไรที่ดีกว่าตลาดทั่วไป
- 3 – รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในเรื่องการใช้หลัก 3R reduce recycle reused โดยใช้ Innovation ในกระบวนการ design ผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต

หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (tCO ₂ e)		
	2568	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	84,450	81,916.50	78,639.84	77694

แผนงานที่สำคัญ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับ ปัญญา สู่อุตสาหกรรมพลาสติกคาร์บอนต่ำ (Green Smart Factory) โดยขับเคลื่อนผ่านแผนงานสำคัญ ดังนี้: 1. การจัดการพลังงาน (Solar Rooftop & EMS): ติดตั้ง Solar Rooftop พร้อมระบบ Energy Management System 2. การยกระดับประสิทธิภาพเครื่องจักร (Machinery & Process): มุ่งลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยปรับปรุงกระบวนการขึ้นรูปพลาสติกเพื่อลด Energy Consumption 3.พิจารณาใช้วัตถุดิบที่มีค่า CFP ต่ำเป็นทางเลือกเพิ่มเติม	2569	• สัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 • ลดต้นทุนพลังงานจากการยกระดับประสิทธิภาพเครื่องจักรประมาณร้อยละ 8 • ค่า CFP scope 3 ลดลงร้อยละ 10
	2570	• โรงงานสระบุรีเปิดดำเนินการในฐานะโรงงานใหม่ที่ออกแบบตามหลักของ Green โดยมี Solar Rooftop ติดตั้งพร้อมบนหลังคาเพื่อลดต้นทุนการใช้พลังงานไฟฟ้าจากฟอสซิลและลดค่าขนส่งจากการลดระยะทางขนส่งของสมุทรสาคร-สระบุรี
	2571	• ลดการใช้พลังงานรวมลงร้อยละ8 (เทียบกับปีฐาน) และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง Scope 1, 2 และ 3 • เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 20

การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 1 : ห่วงโซ่อุปทาน: การขาดการปรับตัวของคู่ค้าต่อนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

- **ลักษณะความเสี่ยง**

คู่ค้าไม่มีนโยบายหรือแนวทางในการลดการปล่อยคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ส่งผลให้ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทางอ้อมที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน (Scope 3) ของบริษัทไม่ลดลงตามแผนที่วางไว้

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

1. บริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าหมายการลดก๊าซเรือนกระจก (Scope 3) เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality)
2. ส่งผลกระทบต่อผลการประเมินความยั่งยืน (ESG Rating) ของบริษัท ทำให้ความน่าสนใจในการลงทุนลดลง

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

1. การประเมินและพัฒนาคู่ค้า: กำหนดหลักเกณฑ์และทำการประเมินคู่ค้าที่สำคัญ (Key Suppliers) พร้อมทั้งสนับสนุนให้คู่ค้าเข้าร่วมโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยอาจจัดทำเป็นโครงการความร่วมมือ (Joint Project) ระหว่างบริษัทและคู่ค้า
- 2.การจัดหาคู่ค้าทางเลือก: สรรหาและพิจารณาคู่ค้าทางเลือก (Alternative Suppliers) ที่มีนโยบายหรือผลการดำเนินงานด้านการลด CFO อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นตัวเลือกในการดำเนินธุรกิจและบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงที่ 2 : ความเสี่ยงด้านความพร้อมและทักษะของบุคลากร

- **ลักษณะความเสี่ยง**

พนักงานระดับปฏิบัติการและหัวหน้างานอาจขาดทักษะทางเทคโนโลยี หรือเกิดแรงต้านในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลจาก IoT หรือการทำบัญชี GHG

- **ผลกระทบความเสี่ยง**

เป้าหมายการสร้าง "วัฒนธรรมองค์กรคาร์บอนต่ำ" ขาดการมีส่วนร่วมจากคนทำงานจริง เกิด People Awareness Risk สูง

- **มาตรการจัดการความเสี่ยง**

1. กำหนดแผนการ Reskill/Upskill พนักงานอย่างเป็นระบบ ควบคู่ไปกับการจัดตั้งทีม Carbon Management
2. สร้าง User Interface (UI) ของระบบ EMS และ IoT ให้เข้าใจง่าย ใช้งานง่ายสำหรับพนักงาน

ประวัติการเปลี่ยนแปลงแผน JUMP+
(ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 วันที่ 24 ส.ค. 2569)

ส่วนที่ 1 แผนธุรกิจ

แผนการเติบโต/เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ

ขยายยอดขายบรรจุภัณฑ์น้ำมันและสินค้าอุปโภคบริโภค โดยการลงทุนเครื่องจักรใหม่ที่ทันสมัยด้วยเครื่องเป่า 3 layer และเครื่องเป่าที่เป็นแบบ IML (In mold labelling)

เป้าหมาย (Targets)

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 14 ส.ค. 2569

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
EBITDA (ล้านบาท)	493.89	537.82	530	550	595

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 24 ส.ค. 2569

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
EBITDA (ล้านบาท)	493.89	537.82	500	550	610

Solar Rooftop ที่บริษัท มาสเตอร์ ลอนดรี จำกัด (บริษัทย่อย) เพื่อลดต้นทุนพลังงานและส่งเสริมเป้าหมาย ESG ระดับกลุ่มบริษัท

เป้าหมาย (Targets)

เป้าหมายทางการเงินระดับองค์กร

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 14 ส.ค. 2569

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
EBITDA (ล้านบาท)	493.89	537.82	530	550	595

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 24 ส.ค. 2569

หัวข้อ	ข้อมูลล่าสุด		เป้าหมาย		
	YE/2567	YE/2568	2569	2570	2571
EBITDA (ล้านบาท)	493.89	537.82	500	550	610

ส่วนที่ 3 แผนด้านสภาพภูมิอากาศ

แผนการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจก

ลิงก์รายงานปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 14 ส.ค. 2569

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://panjawattanaplastic-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/ir_pjw_co_th/IQDCGLG0q2pKQrrdKwilbPOXAf9IZSvapnOB2looNsJZio0?e=Vh6c6S



ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 24 ส.ค. 2569

ลิงก์ URL ของเอกสาร : https://panjawattanaplastic-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/ir_pjw_co_th/IQDCGLG0q2pKQrrdKwilbPOXAf9IZSvapnOB2looNsJZio0?e=Vh6c6S



คำบรรยายแผนกลยุทธ์

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 14 ส.ค. 2569

บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กรอบนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนที่บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เข้ากับกลยุทธ์หลักขององค์กร เพื่อยกระดับความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ระดับสากลที่ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) บริษัทได้ยกระดับการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกให้เป็นเครื่องมือเชิงบริหารที่สำคัญ เพื่อควบคุมต้นทุนด้านพลังงานและวางแผนการดำเนินงานในระยะยาว โดยกำหนดขอบเขตการประเมินที่ครอบคลุมทั้ง 3 ขอบเขตตามมาตรฐานสากล:

ขอบเขตที่ 1 (Direct Emissions): มุ่งเน้นการควบคุมการเผาไหม้เชื้อเพลิงในกระบวนการผลิตและยานพาหนะ รวมถึงการจัดการสารทำความเย็นอย่างเข้มงวด ซึ่งส่งผลให้ในปี 2568 ปริมาณการปล่อยในส่วนนี้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญเหลือเพียง 2,033 tCO₂e จากเดิม 4,642 tCO₂e ในปีก่อนหน้า

ขอบเขตที่ 2 (Energy Indirect Emissions): ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ไฟฟ้าในกระบวนการฉีดและเป่าขึ้นรูปพลาสติก โดยมีเป้าหมายหลักคือการลดการใช้พลังงานลงร้อยละ 10 ภายในปี 2571

ขอบเขตที่ 3 (Other Indirect Emissions): ครอบคลุมกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การขนส่งวัตถุดิบไปจนถึงการจัดการของเสีย เพื่อสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร

ในปี 2568 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมอยู่ที่ 84,450 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เพิ่มขึ้นจาก 70,384 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2567 ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าการปล่อยในขอบเขตที่ 1 ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 4,642 เหลือ 2,033 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพของมาตรการควบคุมการปล่อยทางตรงที่บริษัทดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การเพิ่มขึ้นของขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3 เป็นผลจากการขยายตัวของกิจกรรมทางธุรกิจและการขยายขอบเขตการรายงานให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 24 ส.ค. 2569

บริษัท ปัญญาพัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ภายใต้กรอบนโยบายการบริหารจัดการความยั่งยืนที่บูรณาการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เข้ากับกลยุทธ์หลักขององค์กร เพื่อยกระดับความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่า ระดับสากลที่ให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (GHG Inventory) บริษัทได้ยกระดับการจัดทำบัญชีก๊าซเรือนกระจกให้เป็นเครื่องมือเชิงบริหารที่สำคัญ เพื่อควบคุมต้นทุนด้านพลังงานและวางแผนการดำเนินงานในระยะยาว โดยกำหนดขอบเขตการประเมินที่ครอบคลุมทั้ง 3 ขอบเขตตามมาตรฐานสากล:

ขอบเขตที่ 1 (Direct Emissions): มุ่งเน้นการควบคุมการเผาไหม้เชื้อเพลิงในกระบวนการผลิตและยานพาหนะ รวมถึงการจัดการสารทำความเย็นอย่างเข้มงวด ซึ่งส่งผลให้ในปี 2568 ปริมาณการปล่อยในส่วนนี้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญเหลือเพียง 2,033 tCO₂e จากเดิม 4,642 tCO₂e ในปีก่อนหน้า

ขอบเขตที่ 2 (Energy Indirect Emissions): ให้ความสำคัญกับการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ไฟฟ้าในกระบวนการฉีดและเป่าขึ้นรูปพลาสติก โดยมีเป้าหมายหลักคือการลดการใช้พลังงานลงร้อยละ 8 ภายในปี 2571

ขอบเขตที่ 3 (Other Indirect Emissions): ครอบคลุมกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การขนส่งวัตถุดิบไปจนถึงการจัดการของเสีย เพื่อสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการบริหารจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร

ในปี 2568 ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรวมอยู่ที่ 84,450 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า เพิ่มขึ้นจาก 70,384 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่าในปี 2567 ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าการปล่อยในขอบเขตที่ 1 ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก 4,642 เหลือ 2,033 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า ซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิผลของมาตรการควบคุมการปล่อยทางตรงที่บริษัทดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การเพิ่มขึ้นของขอบเขตที่ 2 และขอบเขตที่ 3 เป็นผลจากการขยายตัวของกิจกรรมทางธุรกิจและการขยายขอบเขตการรายงานให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เป้าหมาย (Targets)

คำบรรยายเป้าหมาย

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 14 ส.ค. 2569

- มิติสิ่งแวดล้อม: การจัดการพลังงานและสภาพภูมิอากาศ บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายหลักคือ:
 - ลดการใช้พลังงานลงร้อยละ 10 ภายในปี 2571 เมื่อเทียบกับปีฐาน
 - เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน โดยมีเป้าหมายใช้พลังงานสะอาดให้ได้ร้อยละ 20% ในปี 2571
 - การจัดการของเสียอุตสาหกรรม มุ่งเป้าให้ของเสียจากกระบวนการผลิตที่ต้องนำไปฝังกลบเป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) รวมถึงปริมาณของเสียที่ต้องกำจัดโดยการเผาทำลายแบบไม่ได้พลังงานต้องเป็นศูนย์เช่นกัน
- มิติสังคม: สุขภาพ ความปลอดภัย และการพัฒนาบุคลากร บริษัทมุ่งเน้นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและความปลอดภัยให้กับพนักงานและคู่ค้า ดังนี้:
 - สร้างวัฒนธรรมองค์กรคาร์บอนต่ำโดยให้ความรู้และจัดกิจกรรมกับพนักงานและคู่ค้า
 - จัดตั้งทีม Carbon Management เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมลดการใช้ทรัพยากร พลังงาน และขยะในทุกกระบวนการธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม
- มิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแล: บรรษัทภิบาลและความมั่นคงทางไซเบอร์ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างโปร่งใสและน่าเชื่อถือ บริษัทได้ตั้งเป้าหมายไว้ดังนี้:
 - การกำกับดูแลกิจการ มุ่งหวังผลการประเมินคะแนนระดับ 5 ดาว จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2568 และกำหนดให้การปฏิบัติที่ผิดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นศูนย์
 - ความปลอดภัยสารสนเทศ ระบบสารสนเทศต้องทำงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 99.5 และต้องไม่มีข้อร้องเรียนเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 24 ส.ค. 2569

- มิติสิ่งแวดล้อม: การจัดการพลังงานและสภาพภูมิอากาศ บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยมีเป้าหมายหลักคือ:
 - ลดการใช้พลังงานลงร้อยละ 8 ภายในปี 2571 เมื่อเทียบกับปีฐาน

- เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียน โดยมีเป้าหมายใช้พลังงานสะอาดให้ได้ร้อยละ 20% ในปี 2571
- การจัดการของเสียอุตสาหกรรม มุ่งเป้าให้ของเสียจากกระบวนการผลิตที่ต้องนำไปฝังกลบเป็นศูนย์ (Zero Waste to Landfill) รวมถึงปริมาณของเสียที่ต้องกำจัดโดยการเผาทำลายแบบไม่ได้พลังงานต้องเป็นศูนย์เช่นกัน
- 2. มิติสังคม: สุขภาพ ความปลอดภัย และการพัฒนาบุคลากร บริษัทมุ่งเน้นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีและความปลอดภัยให้กับพนักงานและลูกค้า ดังนี้:
 - สร้างวัฒนธรรมองค์กรคาร์บอนต่ำโดยให้ความรู้และจัดกิจกรรมกับพนักงานและลูกค้า
 - จัดตั้งทีม Carbon Management เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมลดการใช้ทรัพยากร พลังงาน และขยะในทุกกระบวนการธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม
- 3. มิติเศรษฐกิจและการกำกับดูแล: บรรษัทภิบาลและความมั่นคงทางไซเบอร์ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างโปร่งใสและน่าเชื่อถือ บริษัทได้ตั้งเป้าหมายไว้ดังนี้:
 - การกำกับดูแลกิจการ มุ่งหวังผลการประเมินคะแนนระดับ 5 ดาว จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนประจำปี 2568 และกำหนดให้การปฏิบัติที่ผิดนโยบายต่อต้านคอร์รัปชันเป็นศูนย์
 - ความปลอดภัยสารสนเทศ ระบบสารสนเทศต้องทำงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 99.5 และต้องไม่มีข้อร้องเรียนเรื่องความไม่ปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า

แผนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

เป้าหมาย (Targets)

เป้าหมาย

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 14 ส.ค. 2569				
หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (tCO ₂ e)		
	2568	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	84,450	81,916.50	78,639.84	74,707.85

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 24 ส.ค. 2569				
หัวข้อ	ปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ณ ปีฐาน (tCO ₂ e)	เป้าหมายการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเทียบกับปีฐาน (tCO ₂ e)		
	2568	2569	2570	2571
ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก	84,450	81,916.50	78,639.84	77694

แผนงานที่สำคัญ (Strategic Initiative)

แผนงานที่สำคัญ

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 1 : 14 ส.ค. 2569		
แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับ ปัญญา สู่อุตสาหกรรมพลาสติกคาร์บอนต่ำ (Green Smart Factory) โดยขับเคลื่อนผ่านแผนงานสำคัญ ดังนี้: 1. การจัดการพลังงาน (Solar Rooftop & EMS): ติดตั้ง Solar Rooftop พร้อมระบบ Energy Management System 2. การยกระดับประสิทธิภาพเครื่องจักร (Machinery & Process): มุ่งลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยปรับปรุงกระบวนการขึ้นรูปพลาสติกเพื่อลด Energy Consumption 3.พิจารณาใช้วัตถุดิบที่มีค่า CFP ต่ำเป็นทางเลือกเพิ่มเติม	2569	• สัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 • ลดต้นทุนพลังงานจากการยกระดับประสิทธิภาพเครื่องจักรประมาณร้อยละ 10 • ค่า CFP scope 3 ลดลงร้อยละ 10
	2570	• โรงงานสระบุรีเปิดดำเนินการในฐานะโรงงานใหม่ที่ออกแบบตามหลักของ Green โดยมี Solar Rooftop ติดตั้งพร้อมบนหลังคาเพื่อลดต้นทุนการใช้พลังงานไฟฟ้าจากฟอสซิลและลดค่าขนส่งจากการลดระยะทางขนส่งของ

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
		สมุทรสาคร-สระบุรี
	2571	- ลดการใช้พลังงานรวมลงร้อยละ10 (เทียบกับปีฐาน) และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง Scope 1, 2 และ 3 - เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 20

ฉบับแก้ไขครั้งที่ 2 : 24 ส.ค. 2569

แผนงานที่สำคัญ	ปี	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
แผนยกระดับ ปัญญา สู่การเป็นอุตสาหกรรมพลาสติกคาร์บอนต่ำ (Green Smart Factory) โดยขับเคลื่อนผ่านแผนงานสำคัญ ดังนี้: 1. การจัดการพลังงาน (Solar Rooftop & EMS): ติดตั้ง Solar Rooftop พร้อมระบบ Energy Management System 2. การยกระดับประสิทธิภาพเครื่องจักร (Machinery & Process): มุ่งลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยปรับปรุงกระบวนการขึ้นรูปพลาสติกเพื่อลด Energy Consumption 3.พิจารณาใช้วัตถุดิบที่มีค่า CFP ต่ำเป็นทางเลือกเพิ่มเติม	2569	- สัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 - ลดต้นทุนพลังงานจากการยกระดับประสิทธิภาพเครื่องจักรประมาณร้อยละ 8 - ค่า CFP scope 3 ลดลงร้อยละ 10
	2570	โรงงานสระบุรีเปิดดำเนินการในฐานะโรงงานใหม่ที่ออกแบบตามหลักของ Green โดยมี Solar Rooftop ติดตั้งพร้อมบนหลังคาเพื่อลดต้นทุนการใช้พลังงานไฟฟ้าจากฟอสซิลและลดค่าขนส่งจากการลดระยะทางขนส่งของสมุทรสาคร-สระบุรี
	2571	- ลดการใช้พลังงานรวมลงร้อยละ8 (เทียบกับปีฐาน) และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้ง Scope 1, 2 และ 3 - เพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนเป็นร้อยละ 20