PR Scoop SCGP

**SCGP ชวนธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่าบรรจุภัณฑ์ ทรานส์ฟอร์มลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก**

การลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพื่อลดภาวะโลกร้อนและแก้ไขปัญหาสภาพอากาศแปรปรวน ตลอดจนสร้างความยั่งยืนแก่โลกใบนี้ กลายเป็นประเด็นสำคัญที่ภาคธุรกิจทั่วโลกกำลังตื่นตัว ล่าสุด **บริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ SCGP** ได้จัดสัมมนา **“Sustainable Synergy for Decarbonization”** เพื่อเปิดพื้นที่แห่งความร่วมมือทั้ง ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ SMEs และสถาบันการเงิน ในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ มาแลกเปลี่ยนมุมมองความท้าทายและแนวทางการปฏิบัติ เพื่อร่วมกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสร้างสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

**Carbon Footprint ปัจจัยสำคัญสู่ความยั่งยืน**

**“วิชาญ จิตร์ภักดี”** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) หรือ SCGP เปิดประเด็นว่า โลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากธุรกิจไม่ปรับตัวจะไม่สามารถแข่งขันได้ ซึ่ง SCGP ได้ปรับตัวมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ Sustainability Transformation ถือเป็นดีเอ็นเอของเอสซีจี โดย SCGP ตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 25% ภายในปี 2030 และ Net Zero ภายในปี 2050 ผ่านการดำเนินงานใน 2 ด้านหลัก ได้แก่ การประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรหรือ CFO (Carbon Footprint for Organization) หันมาใช้พลังงานเชื้อเพลิงที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำ โดยติดตั้งโซลาร์รูฟ และใช้พลังงานชีวมวลแทนพลังงานถ่านหิน นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อใช้พลังงานน้อยลงและสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก 1 ล้านตัน ปลูกต้นไม้สะสมจำนวน 2.3 ล้านต้น นำขยะพลาสติกมาหลอมเป็นเมล็ดพลาสติกใหม่ นำเศษเยื่อกระดาษจากกระบวนการผลิตไปทำสารปรับปรุงดิน 24,000 ตันต่อปี เพื่อนำไปปลูกต้นยูคาลิปตัสสำหรับผลิตกระดาษต่อไป

อีกด้านคือ การได้รับการรับรอง Carbon Footprint of Product (CFP) 128 ผลิตภัณฑ์ จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ที่สามารถระบุจำนวนปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นได้ และได้รับการรับรอง Carbon Footprint จากกระบวนการพิมพ์และขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์กระดาษรวม 16 กระบวนการ ครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้ากระดาษบรรจุภัณฑ์ โดยลูกค้าสามารถนำ CFP ไปใช้ต่อยอดคำนวณปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดได้ นอกจากนี้ ยังได้พัฒนา “ฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ที่ออกโดย SCGP (Private Declaration Label)” เพื่อแสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบรรจุภัณฑ์ และได้พัฒนา “ซอฟต์แวร์คาร์บอนฟุตพริ้นท์” ของผลิตภัณฑ์ พร้อมเอกสารรับรองการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า ทั้งนี้ได้ตั้งเป้าขอการรับรอง CFP ในกลุ่มสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย 100% ภายในปี 2027 ด้วย

“CFP จะช่วยให้ลูกค้าสามารถดำเนินธุรกิจได้สอดคล้องกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของภาครัฐที่มีการบังคับใช้มากขึ้นในหลายประเทศ ช่วยเพิ่มโอกาสการขาย การเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ให้ลูกค้าส่งออกกลุ่มต่าง ๆ อีกทั้งยังสามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาและเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ นับเป็นการช่วยเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ไทยให้มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมด้วย” วิชาญ กล่าว

**ร่วมมือธุรกิจขับเคลื่อนความยั่งยืน**

ตัวอย่างขององค์กรที่ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มข้น **“สุทธิพงค์ ลิ่มศิลา”** Head of Corporate Strategy บริษัท คาโอ อินดัสเตรียล (ประเทศไทย) จำกัด เผยว่า คาโอได้กำหนดกลยุทธ์ทางด้านความยั่งยืน หรือ Kirei Lifestyle Plan ไว้จำนวน 19 แนวทางปฏิบัติด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการปรับปรุงคุณภาพชีวิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อทุก ๆ คน และอื่น ๆ คาโอใส่ใจในการพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรมสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สะดวกต่อการใช้งาน มุ่งใช้นวัตกรรมเพื่อให้ผู้บริโภคมีชีวิตที่ง่ายขึ้น ทางด้านสิ่งแวดล้อมเองก็เป็นเรื่องที่สำคัญในยุคปัจจุบัน คาโอพัฒนาบรรจุภัณฑ์รักษ์โลกเพื่อลดการปล่อยคาร์บอน โดยเลือกใช้ Bio PET และวัสดุที่เป็น Mono Material รวมถึงเพิ่มการใช้ Flexible Packaging (บรรจุภัณฑ์ชนิดถุงหรือฟิล์ม) แทน Rigid Packaging (บรรจุภัณฑ์ชนิดขวด) เพื่อลดปริมาณการใช้พลาสติกลง 50-70% เพิ่มสัดส่วนการใช้ Green Carton by SCGP เป็น 100% ภายในปีนี้ หรือแม้แต่การคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ว่าไม่ละเมิดสิทธิมนุษยชนและบุกรุกป่า โดยคาโอมีเป้าหมายเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานหมุนเวียนเป็น 100% ภายในปี 2025 และลดการปล่อยคาร์บอนใน Scope 1 (การปล่อยคาร์บอนทางตรง) และ Scope 2 (การปล่อยคาร์บอนทางอ้อม) ให้ได้ 55% และลด CFP ในผลิตภัณฑ์คาโอ ทั้งหมดให้ได้ 22% ภายในปี 2030 นอกจากนี้ได้ตั้งเป้าหมาย Net Zero ภายในปี 2040 และ Carbon Negative ภายในปี 2050

**เสริมเอสเอ็มอีสู่แนวทางลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก**

ตัวแทนหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย **“ยุทธนา เจียมตระการ”** ประธานคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนและสิ่งแวดล้อม เผยว่า หอการค้าไทยมีสมาชิกกว่า 1.4 แสนรายทั่วประเทศ จากผลสำรวจเมื่อ 4 ปีก่อนพบว่า มีสมาชิกเพียง 30% ที่ตระหนักถึง ESG ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อย มาจากปัจจัยหลายอย่าง เพื่อให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน SME ควรเริ่มหาข้อมูล พรบ.การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ที่มีทั้งหมด 14 หมวด 177 มาตรา เพื่อทำความคุ้นเคย ซึ่งจะเป็นทั้งเครื่องมือและกลไกสำคัญในการพาผู้ประกอบการไปสู่จุดหมาย Net Zero รวมถึงมาตรฐานการจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่คำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ หรือ Taxonomy ระบบการซื้อขายสิทธิคาร์บอนเครดิต (Emission Trading System) เป็นต้น

**ธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่าปรับตัว ลดปล่อยคาร์บอน**

**“เชวง เศรษฐพร”** Head of Credit Product Development ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ธนาคารสามารถเป็นได้มากกว่าผู้สนับสนุนด้านสินเชื่อ โดยมุ่งให้บริการแก่ลูกค้ากลุ่ม SME แบบจูงมือไปด้วยกัน มีการจัดเตรียม **“สินเชื่อธุรกิจเพื่อการเปลี่ยนผ่านสู่ความยั่งยืน” (Krungsri SME Transition Loan)** เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้วงเงินกู้สูงสุด 100% ของมูลค่าโครงการ ระยะเวลาผ่อนชำระสูงสุด 10 ปี โดยมีอัตราดอกเบี้ย 2 ปีแรกที่ 3.50% ต่อปี ปีที่ 3-5 อัตราดอกเบี้ยคงที่ต่ำสุด 4.75% พร้อมสิทธิ์เข้าสมัครโครงการ Krungsri ESG Academy ให้ลูกค้าได้เรียนรู้และสนับสนุนธุรกิจเปลี่ยนผ่านได้อย่างรู้ลึก ทำได้จริง นอกจากนี้ ธนาคารยังมีกลไกสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ โครงการ Krungsri ESG Awards มอบรางวัลให้ผู้ประกอบการที่มีโครงการเพื่อความยั่งยืนที่โดดเด่น สร้างการมีส่วนร่วมเพิ่มเติม รวมถึงเครือข่ายพันธมิตรใน ESG ecosystem ของกรุงศรีด้วย

ด้าน “**สายชล อนุกูล”** ผู้จัดการโรงไฟฟ้าและไบโอแก๊ส บริษัทโชคยืนยงอุตสาหกรรม จำกัด หนึ่งในผู้ประกอบการได้ยกตัวอย่างการปรับแนวทางการดำเนินงานด้านความยั่งยืนกล่าวว่า บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโรงงานแป้งมันสำปะหลัง ซึ่งต้องใช้พลังงานไฟฟ้าสูงและมีน้ำเสีย จึงจัดตั้งบริษัทลูกเพื่อนำ “น้ำเสีย” มาผลิตเป็น “ก๊าซชีวภาพ” เพื่อนำกลับไปใช้เป็นเชื้อเพลิงผลิตกระแสไฟฟ้าภายในโรงงาน คิดเป็นสัดส่วน 60% ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด โดยน้ำเสียส่วนหนึ่งจะถูกนำไปบำบัดและใช้ปลูกหญ้าเนเปียร์ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจ โดยผลผลิตที่ได้ 60% จะแบ่งให้ชุมชนโดยรอบ และอีก 40% บริษัทฯ นำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในโรงงาน นอกจากนี้ ได้ร่วมกับ SCGP ติดตั้งโซลาร์ฟาร์มขนาด 5 เมกะวัตต์ คิดเป็น 20% ของการใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด ในอนาคตมีเป้าหมายให้เป็นโรงงานที่ใช้พลังงานหมุนเวียน 100% โดยจะลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตก๊าซชีวภาพ หรือติดตั้งโซลาร์ฟาร์มหรือโซลาร์ลอยน้ำเพิ่ม

ส่วน “**ธเนศ เมฆินทรางกูร**” Commercial Director บริษัทไวส์ โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน) หรือ WICE มองว่า ESG เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความยั่งยืน หากไม่เริ่มตั้งแต่วันนี้จะสูญเสียความสามารถการแข่งขันเนื่องจากมีกฎหมายเตรียมบังคับใช้ โดยการลดคาร์บอนในธุรกิจโลจิสติกส์ ไม่ใช่แค่การเปลี่ยนมาใช้รถ EV เท่านั้น แต่รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งให้ดียิ่งขึ้น เช่น การจัดเส้นทางขนส่งใหม่ ใช้เรือขนส่งที่ใช้เชื้อเพลิงกำมะถันต่ำ ติดตั้งโซลาร์เซลล์ โดยปัจจุบัน WICE อยู่ในระหว่างเตรียมการให้บริการขนส่งเชื้อเพลิงวูดเพลเลท (wood pellets) จาก สปป.ลาว มายังประเทศไทย และส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น เพื่อนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงผลิต Green Energy

ถือเป็นงานสัมมนาที่ส่งต่อความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในการเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม และร่วมมือกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงการเพิ่มมุมมองการดำเนินงานด้าน ESG จะมาช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงสินเชื่อ และเร่งพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน หรือสามารถต่อยอดไปสู่ธุรกิจใหม่ที่สร้างรายได้ให้เติบโตอย่างมั่นคง

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*