****

**ข่าวประชาสัมพันธ์**

**กรุงไทยชี้ Green Technology ช่วยยกระดับอุตสาหกรรมน้ำตาลสู่อุตสาหกรรมสีเขียวอย่างยั่งยืน**

ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS ชี้การลงทุนในเทคโนโลยีสีเขียวยกระดับอุตสาหกรรมน้ำตาลไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียวอย่างยั่งยืน จะช่วยรับมือกับปัญหา Climate Change ที่ทวีความรุนแรงขึ้น รวมถึงลดแรงกดดันมาตรการของคู่ค้าที่ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจน้ำตาลในยุค Decarbonization คาดการลงทุนเทคโนโลยีสีเขียวในแต่ละประเภทจะทำให้มี ROI อยู่ที่ราว 20-30% โดยมีระยะเวลาการคืนทุนอยู่ที่ 3-7 ปี และสร้างประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมน้ำตาลได้ราว 1.7 แสนล้านบาท

**นายอภินันทร์ สู่ประเสริฐ** นักวิเคราะห์อาวุโส ศูนย์วิจัยKrungthai COMPASSธนาคารกรุงไทย เปิดเผยว่า อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย สร้างรายได้จากการส่งออกกว่า 1 แสนล้านบาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วนราว 9% ของ GDP ภาคเกษตร แต่เป็นอุตสาหกรรมที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมลพิษค่อนข้างสูง โดยการปล่อย PM 2.5 สูงถึง 11% ของการปล่อย PM 2.5 ทั้งหมดของไทย และมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกคิดเป็น 9% ของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดในภาคเกษตร จึงเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่หลายฝ่ายตื่นตัวในการผลักดันให้เร่งเปลี่ยนผ่านไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ซึ่งหากสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม ก็จะเป็นหนึ่งใน Sector สำคัญในภาคเกษตรที่จะช่วยให้ไทยบรรลุเป้าหมายการมีส่วนร่วมของประเทศในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตาม Nationally Determined Contribution (NDC)

“อุตสาหกรรมน้ำตาลเผชิญกับความท้าทายจากปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและฝุ่น PM 2.5 จากกระบวนการเผาอ้อย การใช้พลังงานความร้อนจำนวนมากในกระบวนการผลิตน้ำตาล โดยการผลิตน้ำตาลของอุตสาหกรรมน้ำตาลไทยทุกๆ 1 ตัน จะมีการปล่อย Emission ราว 7,150 kgCO2eq หรือเทียบได้กับการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกระยะทางราว 1 หมื่นกิโลเมตร รวมถึงมีของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต ทำให้อุตสาหกรรมน้ำตาลมีความเสี่ยงจากนโยบายและมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเข้มงวดมากขึ้น ประกอบกับความเสี่ยงจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศที่ทวีความรุนแรงขึ้นในอนาคต อาจส่งผลให้ในปี 2589-2598 ผลผลิตอ้อยมีแนวโน้มลดลงราว 25-35% กระทบผู้ประกอบการธุรกิจน้ำตาลของไทยให้เผชิญปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ”

**นายกฤชนนท์ จินดาวงศ์** นักวิเคราะห์ ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS กล่าวว่า การปรับตัวเพื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียวจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำตาลลดแรงกดดันจากมาตรการของคู่ค้า และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนจากการใช้พลังงาน อีกทั้งสามารถระดมทุนได้ง่ายขึ้นและมีต้นทุนทางการเงินที่ลดลง รวมถึงสามารถเพิ่มโอกาสสร้างรายได้เพิ่มจากการต่อยอดไปสู่ธุรกิจพลังงานหมุนเวียน นอกจากนี้ยังมีแรงหนุนจากหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ต้องการขับเคลื่อนไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียว

“Green Technology จะเป็น Key enabler ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำตาลรายกลางที่ยังไม่มีการปรับตัวเรื่องนี้มากนักสามารถเปลี่ยนผ่านไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียวได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้รถตัดอ้อยแทนการเผาอ้อย การใช้ Economizer Boiler ในโรงงานน้ำตาล หรือการต่อยอดไปสู่ธุรกิจโรงไฟฟ้าชีวมวล โดยหากประเมินความคุ้มค่าในการลงทุน พบว่า มี ROI อยู่ที่ 21.0% 16.1% และ 27.1% ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาการคืนทุนอยู่ที่ 3-7 ปี และหากอุตสาหกรรมน้ำตาลทั้งหมด 63 โรง มีการยกระดับในการใช้เทคโนโลยีอย่างเป็นรูปธรรมจะทำให้ได้ผลประโยชน์ราว 1.7 แสนล้านบาท จากความคุ้มค่าในแง่สิ่งแวดล้อมที่ช่วยลดมลพิษทางอากาศและประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน รวมถึงสร้างรายได้ส่วนเพิ่มให้แก่ธุรกิจ”

-2-

**นายปราโมทย์ วัฒนานุสาร** นักวิเคราะห์ ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS กล่าวว่า หากอุตสาหกรรมน้ำตาลไทยต้องการประสบความสำเร็จในการยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียว ควรต้องให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าในการลงทุนเทคโนโลยี และตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนและวัดได้ อีกทั้งมี Commitment ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมถึงควรสร้างความร่วมมือกันใน Ecosystem ตั้งแต่เกษตรกรไปจนถึงภาครัฐ เพื่อการพัฒนาไปพร้อมกันทั้งอุตสาหกรรม

“หน่วยงานภาครัฐ ควรเป็นแกนหลักในการผลักดันให้อุตสาหกรรมน้ำตาลไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียว เช่น การพัฒนาตลาดคาร์บอนเครดิตของไทยให้ได้มาตรฐานระดับสากลอย่าง Gold Standard หรือ VERRA ซึ่งเป็นมาตรฐานระดับโลก เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยได้รับประโยชน์จากตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิตอย่างเต็มที่ เช่นเดียวกับภาคการเงินก็เป็นอีกหนึ่งกุญแจสำคัญที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการลงทุนใน Green Technology รวมทั้งสนับสนุนให้มีการลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ จากการเปลี่ยนผ่านด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมน้ำตาลไทยทั้งระบบให้สามารถปรับตัวไปสู่อุตสาหกรรมสีเขียวได้อย่างยั่งยืน

**ทีม Marketing Strategy**

**21 พฤษภาคม 2567**