



Industry Analysis & ESG Reports | **ธุรกิจ บรรจุภัณฑ์กระดาษ**

Key Highlights:

March 6, 2025

- มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษโดยรวมในปี 2568-69 มีแนวโน้มขยายตัว 3.6%YoY และ 4.2%YoY ตามลำดับ แบ่งเป็น มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษในประเทศ (85-90% ของมูลค่าตลาดรวม) คาดว่าจะขยายตัวที่ 3.9%YoY และ 4.7%YoY ตามลำดับ ตามการฟื้นตัวของภาคการค้าและการบริโภคภายในประเทศ รวมถึงการเติบโตของตลาด E-Commerce ส่วนตลาดส่งออก (10-15%) คาดว่าขยายตัว 2.2%YoY และ 1.2%YoY ตามลำดับ ตามความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องของประเทศคู่ค้า
- อัตรากำไรของธุรกิจถูกกดดันจากต้นทุนการผลิต เช่น ค่ากระดาษ ไฟฟ้า เชื้อเพลิง ที่อยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีความเสี่ยงที่ต้องติดตาม ได้แก่ ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์กระดาษจากจีนที่เข้ามาตีตลาดในไทยและตลาดส่งออกเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าในตลาดโลก ความเสี่ยงจากค่าเงินบาทเฉลี่ยทั้งปีที่มีทิศทางแข็งค่า ซึ่งอาจบั่นทอนการส่งออก
- ประเด็นด้าน ESG ที่มีความเข้มข้นขึ้น อาจเป็นได้ทั้งโอกาส และความท้าทายในระยะข้างหน้าธุรกิจนี้ควรต่อยอดสู่การผลิตบรรจุภัณฑ์ที่มีความยั่งยืน อาทิ Sustainable Paper Packaging เพื่อตอบสนองต่อความต้องการลูกค้ายุคใหม่ และสอดคล้องกับนโยบายการค้าในตลาดโลก

Disclaimer: บทความนี้จัดทำขึ้นโดย บมจ. ธนาคารกรุงไทย (ธนาคาร) เพื่อนำเสนอข้อมูลและบทวิเคราะห์แก่สาธารณะ โดยรวบรวมและอ้างอิงข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อ หรือควรเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏ ณ ขณะจัดทำ ซึ่งข้อมูลอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ ธนาคารมิอาจรับรองความครบถ้วนสมบูรณ์ ความถูกต้อง หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้นิยามวัตถุประสงค์เพื่อชี้แนะ เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใด ๆ อีกทั้งธนาคารจะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมจากการใช้บทความนี้หรือเนื้อหาในบทความนี้ ไม่ว่ากรณีใด ๆ ก็ตาม

เนื้อหาและข้อมูลใด ๆ ที่หมดอายุปรากฏในบทความนี้ ถือเป็นทรัพย์สินและทรัพย์สินทางปัญญาของธนาคาร การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้หรือดำเนินการใด ๆ ไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ธนาคาร หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้น ๆ และไม่อนุญาตให้ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำในลักษณะใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์อื่นนอกเหนือจากการใช้ส่วนตัว เว้นแต่จะได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจากธนาคาร



นักวิเคราะห์

วีระยา ทองเชื้อ

0-2208-3584

weeraya.tongseue@krungthai.com

สรุปบทวิเคราะห์

ในปี 2568-69 คาดว่าตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัว 3.6%YoY และ 4.2%YoY ตามลำดับ แบ่งเป็น 1) ตลาดในประเทศ (สัดส่วน 85-90% ของมูลค่าตลาดรวม) คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องที่ 3.9%YoY และ 4.7%YoY ตามลำดับ ตามการฟื้นตัวของภาคการค้าและการบริโภคภายในประเทศ รวมถึงการเติบโตของตลาด E-Commerce และ 2) ตลาดส่งออก (สัดส่วน 10-15% ของมูลค่าตลาดรวม) คาดว่าจะขยายตัวที่ 2.2%YoY และ 1.2%YoY ตามลำดับ จากความต้องการซื้อและนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษที่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภค และการขนส่งสินค้าของประเทศคู่ค้าที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน

ในช่วง 1-2 ปีนี้ ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจยังถูกกดดันจากต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบ (กระดาษ) ที่ทยอยปรับราคาขึ้น รวมถึงต้นทุนค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่ยังสูงกว่าช่วงก่อนโควิด ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตที่สูง

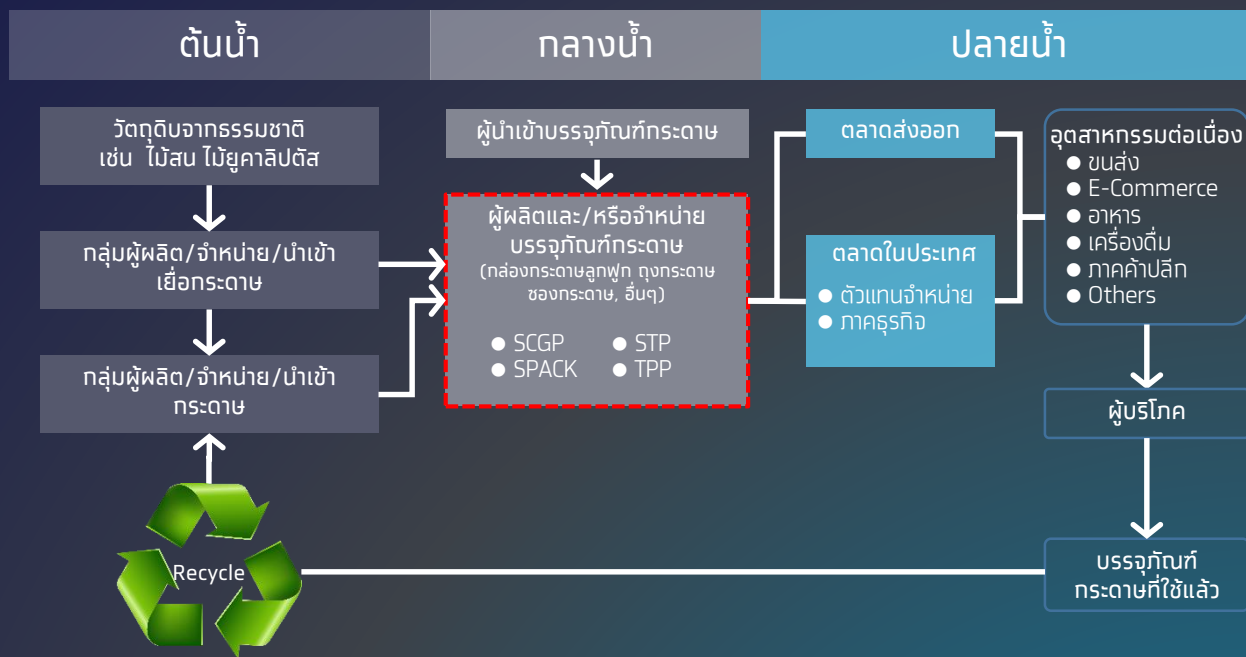
นอกจากนี้ ธุรกิจบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทยยังต้องเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ อาทิ การแข่งขันที่รุนแรงต่อเนื่อง โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์กระดาษจากจีน ที่เข้ามาตีตลาดในประเทศ และตลาดส่งออกของไทย และยังคงติดตามผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ ในยุคทรัมป์ 2.0 อาจผลักดันให้ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในจีนหันไปหาตลาดส่งออกอื่นทดแทน โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงไทยมากขึ้น นอกจากนี้ ค่าเงินบาทเฉลี่ยทั้งปีที่มีทิศทางแข็งค่า จะเป็นปัจจัยกดดันทำให้การแข่งขันในตลาดส่งออกของไทยมีความยากลำบากมากขึ้น

ประเด็นด้าน ESG และมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศคู่ค้าที่เข้มงวดขึ้นอาจเป็นได้ทั้งโอกาสและความท้าทาย อาทิ มาตรการ EUDR ข้อบังคับ PPWR อาจสร้างความท้าทายกับผู้ประกอบการที่ส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษไปยังสหภาพยุโรป ขณะที่จากกระแสรักโลกที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ส่งผลให้หลายอุตสาหกรรมมีแนวโน้มเปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษแทนบรรจุภัณฑ์พลาสติกมากขึ้น จะเป็นแรงหนุนสำคัญช่วยให้ตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต ดังนั้น ผู้ประกอบการฯ ควรให้ความสำคัญกับแนวคิดด้าน ESG และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับนโยบายการค้าในตลาดโลก และช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว อาทิ บรรจุภัณฑ์ในกลุ่ม Sustainable Paper Packaging ซึ่งผลิตจากกระดาษที่ได้จากการรีไซเคิล การใช้ซ้ำ และลดการใช้ทรัพยากรใหม่

โครงสร้างและลักษณะการประกอบธุรกิจ

ที่มา: รวบรวมโดย Krunghthai COMPASS

ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระดาษ



ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระดาษ

ที่มา: SETSMART ณ ม.ค. 2568 และคำนวณโดย Krunghthai COMPASS

หมายเหตุ: 1. คำนวณจากผลประกอบการของผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระดาษ จำนวน 4 บริษัท ได้แก่ SCGP, SPACK, STP และ TPP

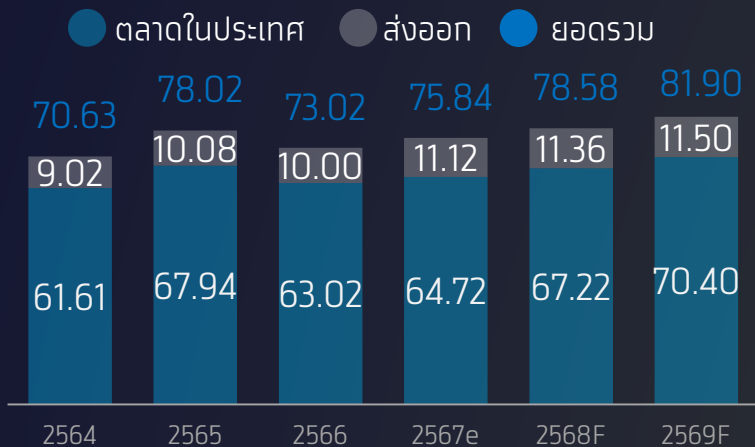
2. ภาพรวมผลประกอบการของกลุ่มผู้ประกอบการตัวอย่างอาจไม่ได้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระดาษ เนื่องจากผู้ประกอบการบางส่วนดำเนินธุรกิจและมีผลิตภัณฑ์หลายประเภท

ปี 2566 (ล้านบาท)				9M2567 (ล้านบาท)			
Revenue (%YoY)	Operating Profit (%YoY)	Net Income (%YoY)	ROE (%)	Revenue (%YoY)	Operating Profit (%YoY)	Net Income (%YoY)	ROE (%)
132,437 (-11.4%)	87,67.2 (-12.0%)	53,64.4 (-9.8%)	6.0%	104,137.6 (+4.4%)	6,623.3 (-0.1%)	39,44.1 (-3.9%)	6.5%

มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษโดยรวมในปี 2568-69 มีโอกาสขยายตัว 3.6%YoY และ 4.2%YoY ตามลำดับ ทั้งนี้ ตลาดในประเทศที่มีสัดส่วนประมาณ 85-90% ของมูลค่าตลาดรวม คาดว่าจะขยายตัวต่อเนื่องด้วยอัตรา 3.9%YoY และ 4.7%YoY ตามลำดับ ขณะที่ตลาดส่งออก ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 10-15% ของมูลค่าตลาดรวม คาดว่าจะขยายตัวที่ 2.2%YoY และ 1.2%YoY ตามลำดับ

ที่มา: BOL-Enlite กระทรวงพาณิชย์ และคาดการณ์โดย Krunghthai COMPASS
หมายเหตุ: * มูลค่าตลาดในประเทศประเมินจาก มูลค่าผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ และมูลค่านำเข้าจากต่างประเทศ

มูลค่าตลาดรวมบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทย (พันล้านบาท)

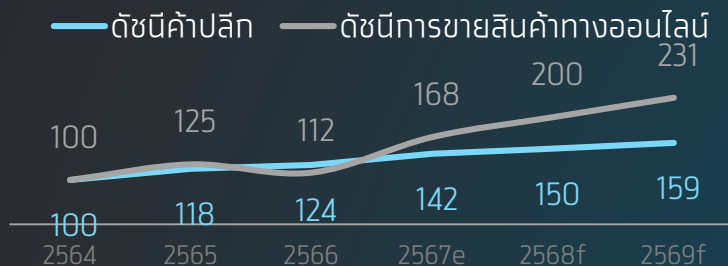


	อัตราการเติบโต (%YoY)	
	2568f	2569f
มูลค่าตลาดในประเทศ	3.9%	4.7%
มูลค่าการส่งออก	2.2%	1.2%
รวม	3.6%	4.2%

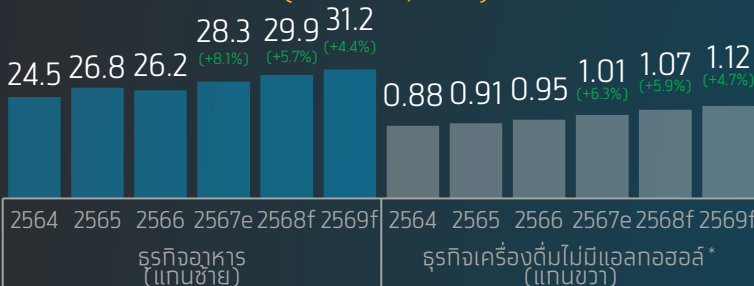
ในปี 2568-69 คาดว่า มูลค่าตลาดในประเทศจะขยายตัวที่ 3.9%YoY และ 4.7%YoY ตามลำดับ โดยได้รับแรงหนุนจากการเติบโตของความต้องการบรรจุภัณฑ์กระดาษที่ถูกใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของภาคการค้าและการบริโภคภายในประเทศ รวมถึงการเติบโตของตลาด E-Commerce สอดรับกับพฤติกรรม การสั่งซื้อสินค้าและอาหารทางออนไลน์ของผู้บริโภคชาวไทยที่ได้รับความนิยมมากขึ้น นอกจากนี้ การเติบโตของภาคการส่งออกของไทย จะมีส่วนช่วยกระตุ้นความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษเพื่อการบรรจุและขนส่งสินค้าเพื่อการส่งออก อาทิ กล่องฟาส์ด กล่องลูกฟูก

ที่มา: BOT Statista Technavio และ globaldata
หมายเหตุ: คาดการณ์โดย Krunghthai Compass Statista Technavio และ globaldata
* มูลค่าตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย Energy drink, Sport drink และ Enriched drink/Fortified drink

ดัชนีค่าปลีกและการขายสินค้าทางออนไลน์ของไทย (Index ปี 2564 = 100)



มูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ของไทย (แสนล้านบาท, %YoY)



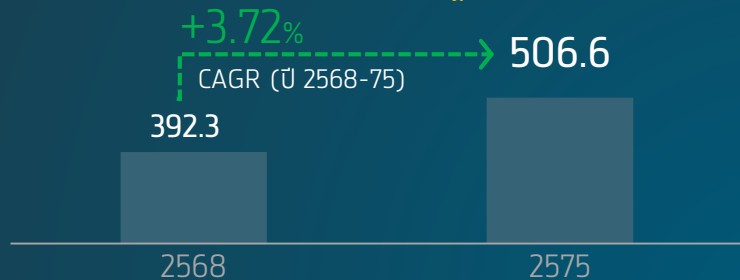
มูลค่าส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษ คาดว่า ในปี 2568-69 จะขยายตัวที่ 2.2%YoY และ 1.2%YoY ตามลำดับ โดยได้รับอานิสงส์จากการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าหลักที่ปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกไปยังภูมิภาคอาเซียนที่มีสัดส่วนตลาดกว่า 65% ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ และการบริโภคของประเทศคู่ค้าที่ปรับตัวดีขึ้น รวมถึงการเติบโตของตลาด E-Commerce จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนความต้องการซื้อและนำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษที่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภค และการขนส่งสินค้าปรับตัวสูงขึ้น อาทิ กล่องกระดาษใส่อาหาร กล่องกระดาษเพื่อการขายปลีกและขนส่ง สอดคล้องกับความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในตลาดโลก

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ Fortune business insights รวบรวมโดย Krunghthai COMPASS

มูลค่าส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทย

ประเทศ	อัตราการขยายตัว (%YoY)				ส่วนแบ่งตลาด (%)
	2564	2565	2566	2567	
ASEAN	23.3%	9.6%	5.6%	1.4%	65.9%
INDIA	75.6%	144.6%	52.9%	18.2%	9.2%
TAIWAN	87.9%	263.5%	-3.9%	5.9%	7.7%
AUSTRALIA	130.9%	45.2%	7.9%	-1.8%	5.2%
U.S.A.	46.7%	-41.9%	-29.2%	99.7%	4.1%
Others	10.2%	-20.9%	-48.0%	19.4%	7.9%
Total	26.0%	11.7%	-0.8%	6.4%	100.0%

มูลค่าตลาดบรรจุภัณฑ์กระดาษทั่วโลก (พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)



ต้นทุนส่วนใหญ่ของธุรกิจผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษราว 70% ของต้นทุนทั้งหมด เป็นต้นทุนวัตถุดิบ ได้แก่กระดาษชนิดต่าง ๆ อาทิ กระดาษแข็ง กระดาษคราฟท์ อีก 4% เป็นต้นทุนค่าแรงงาน และส่วนที่เหลือ 26% เป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ อาทิ ค่าพลังงาน ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักร

ในระยะข้างหน้า อัตราการทำกำไรของธุรกิจมีแนวโน้มถูกกดดันจากต้นทุนการผลิต อาทิ ราคากระดาษคราฟท์ในตลาดโลกคาดว่าจะทยอยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 6,090 หยวนต่อตันในเดือน ม.ค.2568 ไปแตะที่ 6,388 หยวนต่อตัน ในอีก 12 เดือนข้างหน้า รวมถึงต้นทุนค่าไฟฟ้าและค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ที่ยังสูงกว่าช่วงก่อนโควิด (ปี 2562) จะเป็นปัจจัยกดดันต่อความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ

ที่มา: Trading Economics รวบรวมโดย Krungthai COMPASS
หมายเหตุ: คาดการณ์โดย Trading Economics

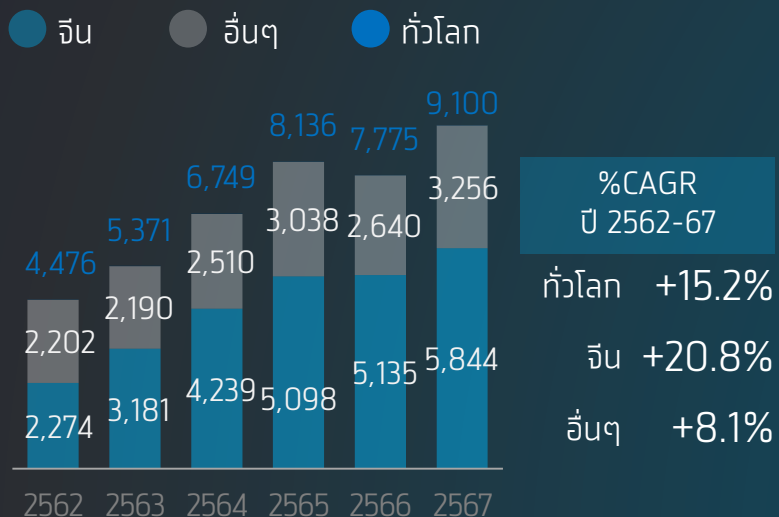
แนวโน้มราคากระดาษคราฟท์ ในตลาดโลก (CNY/Ton)



นอกจากนี้ ผู้ประกอบการของไทยอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงด้านการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นจากบรรจุภัณฑ์กระดาษของจีนที่เข้ามาตีทั้งตลาดในประเทศ และตลาดส่งออกเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และยังคงติดตามผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ ในยุคทรัมป์ 2.0 หากจีนต้องเผชิญภาวการณ์นำเข้าจากสหรัฐฯ ในอัตราสูง อาจผลักดันให้ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษในจีนหันไปหาตลาดส่งออกอื่นทดแทน โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงไทยมากขึ้น ซึ่งนับเป็นปัจจัยที่กดดันความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย สะท้อนจากมูลค่านำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทยจากจีนเติบโตเฉลี่ยปีละ 20.8% CAGR (ปี 2562-67) ซึ่งสูงกว่ามูลค่านำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทยที่นำเข้าจากทั่วโลกที่เติบโตเฉลี่ยปีละ 15.2% ในเวลาเดียวกัน

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดย Krungthai COMPASS

มูลค่านำเข้าบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทย (ล้านบาท)



เมื่อพิจารณาศักยภาพในการแข่งขัน พบว่า ไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในตลาดโลก สะท้อนจากค่า RCA เฉลี่ยของไทยในช่วงปี 2562-66 ที่มีค่าเพียง 0.73 และมีส่วนแบ่งตลาดตรงตัวอยู่ที่ราว 0.9% ในช่วงปี 2558-66 โดยไทยส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษเป็นอันดับที่ 19 ของโลก ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนาม รวมถึงผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษรายใหญ่ออย่างจีน มีส่วนแบ่งในตลาดโลกเพิ่มขึ้น และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของมูลค่าส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในช่วงปี 2562-66 ที่ 8.8% CAGR และ 6.3% CAGR ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยรวมทั้งโลกที่มีค่าอยู่ที่ 5.1% CAGR ขณะที่ไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพียงปีละ 3.5% CAGR ยังต่ำกว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยในภาพรวม

ที่มา: Trade Map (ม.ค. 2568) คำนวณโดย Krungthai COMPASS

หมายเหตุ: /1 เรียงตามมูลค่าการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษในปี 2566
/2 RCA คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) ซึ่งแสดงถึงศักยภาพการแข่งขันของสินค้าในตลาดโลกโดยเมื่อมีค่า > 1 แสดงว่า มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ มีค่า < 1 แสดงว่ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ และมีค่า = 1 หมายถึงไม่มีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (ค่ามากกว่า คือ ดีกว่า)

อันดับ/1	ประเทศ	%CAGR (ปี 2562-66)	ค่า RCA ของการส่งออกบรรจุภัณฑ์กระดาษเฉลี่ย (ปี 2562-66)/2	ส่วนแบ่งตลาด ปี 2558	ส่วนแบ่งตลาด ปี 2566
	โลก	5.1%			
1	จีน	6.3%	1.46	19.7%	20.5%
2	เยอรมนี	2.7%	1.65	12.8%	11.8%
3	U.S.A.	3.7%	0.87	8.8%	7.3%
4	โปแลนด์	11.2%	3.34	3.3%	5.5%
5	อิตาลี	3.8%	1.81	4.9%	5.0%
16	เวียดนาม	8.8%	0.83	0.6%	1.3%
19	ไทย	3.5%	0.73	0.9%	0.9%

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษ เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรม ที่ก่อให้เกิดภาวะโลกร้อน ตั้งแต่กระบวนการผลิตซึ่งต้องใช้ ต้นไม้มากถึง 17 ต้น และปล่อยคลอรีนจากกระบวนการ ฟอกกระดาษกว่า 7 กิโลกรัม เพื่อผลิตกระดาษ 1 ต้น ตลอดจนการกำจัดทิ้งหลังจากไม่ใช้งานแล้ว ทั้งนี้ ข้อมูล จาก Statista และ Environment Canada ระบุว่า ปัจจุบัน ทั่วโลกมีการผลิตบรรจุภัณฑ์กระดาษกว่า 258 ล้าน เมตริกตันต่อปี และมีเพียง 25% เท่านั้นที่ถูกนำไปรีไซเคิล ส่วนที่เหลืออีกกว่า 193 ล้านเมตริกตันต้องถูกฝังกลบหรือ เผาทำลาย

ในระยะข้างหน้า ผู้ประกอบการในธุรกิจบรรจุภัณฑ์กระดาษ อาจต้องเผชิญความท้าทายสำคัญจากมาตรการด้าน สิ่งแวดล้อมที่มีความเข้มงวดมากขึ้นในหลายภูมิภาค อาทิ มาตรการ EUDR³ ข้อบังคับ PPWR⁴ ของสหภาพยุโรป ในขณะเดียวกันจากกระแสโลกที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ส่งผลให้หลายอุตสาหกรรมมีแนวโน้ม เปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษทดแทนบรรจุภัณฑ์ พลาสติกมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการฯ ควรพิจารณานำ แนวคิดด้าน ESG มาผนวกรวมกับกลยุทธ์ในการดำเนิน ธุรกิจ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับนโยบาย การค้าในตลาดโลก และช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมใน ระยะยาว อาทิ บรรจุภัณฑ์กระดาษเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Paper Packaging) ซึ่งผลิตจากกระดาษ ที่ได้จากการรีไซเคิล การใช้ซ้ำ และลดการใช้ทรัพยากรใหม่ (3R) ทั้งนี้ ข้อมูลของ Climate Care Platform ชี้ว่า การรีไซเคิลกระดาษ 1 ต้น จะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือน กระจกถึง 4.3 ตันคาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า

³ EUDR เป็นกฎระเบียบที่มีเป้าหมายในการป้องกันและลดการตัดไม้ทำลายป่าใน ระดับสากล และครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากไม้ เช่น กระดาษ

⁴ PPWR เป็นข้อเสนอของสหภาพยุโรป (EU) ที่มีเป้าหมายในการลดปริมาณขยะจาก บรรจุภัณฑ์ และปรับปรุงระบบการจัดการขยะบรรจุภัณฑ์ให้มีความยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะเริ่มบังคับใช้ในช่วงต้นปี 2569

ตัวอย่าง ESG Rating ของผู้ประกอบการ ในธุรกิจบรรจุภัณฑ์กระดาษ

ที่มา: SETTRADE (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ม.ค. 2568)

Company Symbol	Company Name	SET ESG Rating
SCGP	เอสซีจี แพคเกจจิ้ง	AAA

ความเคลื่อนไหวด้าน ESG ของผู้ประกอบการผลิต และจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระดาษของไทย

ที่มา: รวบรวมโดย Krunghthai COMPASS

SCGP	- ตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง 25% ภายในปี 2573 ในทุกหน่วยธุรกิจ เทียบกับปีฐาน 2563 และตั้งเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือน กระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ภายในปี 2593 - มุ่งสู่บรรจุภัณฑ์ 100% ที่สามารถใช้ซ้ำ นำ กลับมาใช้ใหม่ หรือสลายตัวได้ ภายในปี 2573 - เพิ่มสัดส่วนรายได้จากการขายสินค้า บริการที่ ได้รับจาก SCG Green Choice เป็น 66.7% ของรายได้รวมปี 2573
STP	- เข้าร่วมโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) ของกระทรวงพลังงาน - ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อลดการใช้พลังงาน ไฟฟ้าฟอสซิล รวมทั้งจัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อกำหนดแนวทางในการลดปัญหาการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกที่เหมาะสม

จากกระแสโลกที่ทุกภาคส่วนต่างให้ความสำคัญ ทั้งในมุมของผู้บริโภครายย่อย และภาครัฐก็ ทำให้มีการ เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน (Sustainable Packaging) ภายใต้แนวคิด 3R ได้แก่ Reduce Reuse และ Recycle ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ทั้งนี้ คาดว่ามูลค่าตลาด Sustainable Paper Packaging ของกลุ่มประเทศ APAC จะสามารถขึ้นไปแตะที่ระดับ 44.2 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ ได้ในปี 2572 คิดเป็นอัตราเติบโตเฉลี่ยปีละ 8.0% CAGR (ปี 2567-72)

ที่มา: Arizton และรวบรวมโดย Krunghthai COMPASS

มูลค่าตลาด Sustainable Paper Packaging ของ APAC (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)

