

HOONINSIDE

INSIDE HOON INSIDE DAILY MAGAZINE NEW STOCK EXCHANGE/IPO MAI/INTERVIEW/SOCIAL BIZ/TIP & MORE # 26 JULY 2019

SUPER

พยัคฆ์ติดปีก

"จอมทรัพย์ โลจายะ"

TVD

เร่งเครื่องขยายธุรกิจดันรายได้ครึ่งปีหลัง
เตรียมลุยโฮมช้อปปิ้งช่องใหม่

TVD ขยายธุรกิจดันรายได้ครึ่งปีหลัง เตรียมเปิดตัวโฮมช้อปปิ้งช่องใหม่ทางทรูวิชั่นส์ วางคอนเซ็ปต์เป็นช่อง "Women Channel" ผนึกพันธมิตรนำเสนอผลิตภัณฑ์เจาะกลุ่มผู้หญิง และใส่ใจสุขภาพผิวและความงาม พร้อมร่วมมือพาร์ทเนอร์ แดกโลว์กรุ๊ป Direct Response Agency ให้บริการสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดและสื่อโฆษณา

อ่านต่อหน้า 10

PTT

เผย PTTOR ตั้งบ.ย่อย

"พิทักษ์โออาร์อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้งส์ (สิงคโปร์)"

PTT เปิดเผยว่า บริษัทฯ ขอเรียนให้ทราบว่า บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ("PTTOR") ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ ปตท. ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท พิก็อกโออาร์อินเตอร์เนชั่นแนล โฮลดิ้งส์ (สิงคโปร์) จำกัด เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2562

อ่านต่อหน้า 11

บริษัทหลักทรัพย์ แนะนำ

บล.เมย์แบงก์ กิมเอ็ง : GPSC แนะนำ ซื้อ

บล.เมย์แบงก์ กิมเอ็ง : SPA แนะนำ ซื้อ

บล.เมย์แบงก์ กิมเอ็ง : GLOBAL แนะนำ ซื้อ

บล.เมย์แบงก์ กิมเอ็ง : SABINA แนะนำ ซื้อ

อ่านต่อหน้า 20

แม่มดน้อยพิสดาร : ส่งสัญญาณ

แม่มดน้อย ภาคพิสดาร วันนี้ นักลงทุนทั้งหลายคงใจจดใจจ่อกับการแถลงของธนาคารกลางยุโรป(ECB) ว่าจะออกมาเป็นอย่างไร แต่ถ้าให้แม่มดน้อยลองเดา เราอาจเห็น ECB ส่งสัญญาณผ่อนคลายนโยบายการเงินก็ได้ หลังตัวเลขเศรษฐกิจในยุโรปมีความอ่อนแอ โดยตัวเลขดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing PMI) เดือนก.ค.ของเยอรมัน ลดลงเหลือ 43.1 จาก 45 ต่ำสุดในรอบ 7 ปี

อ่านต่อหน้า 20

FACEBOOK
Hooninside

LINE
@Hooninside

INTEGRATED SERVICES



International Feeder



Coastal Barge



Conventional Terminal



Stuffing & Unstuffing



BCDS' Depot



Free Zone



Warehouse Rental



Reefer Yard



BTS Trucking



In-house Customs

FACILITIES

- Total 142,400 Sqm.
- 1 Berth of International with LOA. 190 m.
- 2 Berth of Coastal barge with LOA. 170 m.
- 3 Gantry Crane plus 1 Mobile Crane
- 2 Fixed crane for Coastal
- Full Material Handling Equipment
- 300 Reefer Plugs station
- 9 Gate In & 6 Gate Out
- X-ray Station with NSW Matching with Thai Customs
- 24/7 Operation time



ADVANTAGES

- Quick 30-minute Truck Turn-around Time
- Auto Matching System via National Single Window (NSW)
- e-Booking and e-Tracking Services
- On-site Container Inspection System (X-Ray Machine) from Thai Customs

FEATURED CLIENTS



SAHATHAI TERMINAL PUBLIC COMPANY LIMITED

51/1 Moo 3, Poochaosamingprai Road, Tambon Bangyaprak Prapradang, Samut Prakarn 10310 Thailand

HOTLINE: +66 (0) 8 1173 9445, +66 (0) 9 4662 6942, +66 (0) 8 3940 7912

@sahathai f www.facebook.com/sahathaiterminal/ in @sahathaiterminal www.sahathaiterminal.com

inside hoon inside daily magazine

Magazine Hooninside

new stock aexchange / ipo mai / interview / social biz / tip & more

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

ข่าวจากปก

4

ข่าวบริษัทจดทะเบียน

10

ข่าวการเงิน

15

แหม่มดพิสดาร

20

สรุปการซื้อขาย

24

ที่ปรึกษา

ชาลทอง ปัทมพงศ์
ภัทธีรา ดิลกรุ่งธีรเทพ
สาธิต วรรณศิลป์
พิพัฒน์ นวสวัสดิ์
เทวัญ จงกลรอด
ธณพงศ์ มีทอง
ภากร ยิ่งแจ่ม

บรรณาธิการบริหาร

ประสิทธิ์ กรโชคนันต์

หัวหน้าข่าว

สุกัญญา ศิริรวง

กองบรรณาธิการ

นวพร เชื้อเมืองพาน
ประทุมพร ม่วงเอก
ปานตะวัน พิงคานนท์

กราฟิก

วิจิตพล นาคสุข
ศิริไล สอบใหม่
ศักดิ์อาวุธ จันทร์เทพ



ติดต่อโฆษณา

คุณนุ้ย

02-276-5976

E_mail : reporter@hooninise.com

SUPER

พยัคฆ์ติดปีก

บริษัท ซูเปอร์ เอนเนอร์ยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) SUPER วันนี้เปรียบดั่ง พยัคฆ์ติดปีก หลังผันตัวสู่ธุรกิจด้านพลังงานทดแทนอย่างเต็มตัว นำมาซึ่งผลกำไรให้ SUPER อย่างเป็นกอบเป็นกำ จากงบปี 58 ที่ขาดทุน 712.52 ล้านบาท ก่อนพลิกกลับมามีกำไรในปี 59 กำไร 361.62 ล้านบาท ,ปี 60 กำไรโตก้าวกระโดด 1,284.32 ล้านบาท และปี 61 มีกำไรอยู่ที่ 1,045.43 ล้านบาท และภายใต้การนำของ “จอมทรัพย์ โลจายะ” แม่ทัพ SUPER ผู้ปลุกปั้น ทีมเทรังกายแรงใจ สานฝันทำธุรกิจพลังงานทดแทนจนประสบความสำเร็จมาแล้ว วันนี้ ผู้บริหารไฟแรงอย่าง จอมทรัพย์ บอกกับทีมข่าวหุ้นอินไซด์ว่า SUPER ยังไม่หยุดที่จะเติบโต หากคุณผู้อ่านอยากทราบว่า SUPER จะโตไปอย่างไร ขอเชิญติดตามบทสัมภาษณ์พิเศษนี้ แบบอย่างกระพริบตา.....

ธุรกิจของ SUPER วันนี้

คุณจอมทรัพย์ : SUPER เราเปลี่ยนมาทำพลังงานทดแทนประมาณปี 2014 ก็ประมาณ 5 ปีกว่าแล้ว ทั้งโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์, โรงไฟฟ้าพลังงานลม และโรงไฟฟ้าขยะ โดยถ้านับปัจจุบัน SUPER เป็นพลังงานทดแทนที่ใหญ่ที่สุดในแง่ของพลังงานแสงอาทิตย์

เปลี่ยนไปแคไหนหลังผันตัวมาทำธุรกิจพลังงานทดแทน

คุณจอมทรัพย์ : ถือว่าเปลี่ยนไปเยอะครับ เพราะก่อนหน้านี้เราทำอสังหาริมทรัพย์ ก็แบกปูนหนักหน่อย แข่งขันกับ SCG ที่ถือหุ้นใหญ่ และเข้าไปถือหุ้นใน Q-CON ซึ่งต้นทุนเขาสามารถทำได้ถูกกว่าเราเพราะว่าเขาผลิตปูนเอง ช่วงนั้นก็แข่งขันที่หนักหน่อย เราจึงได้ขายโรงงานเราไปในปี 2014 ให้กับปูนอินทรี และเปลี่ยนมาทำธุรกิจพลังงานทดแทน ซึ่งก็เป็นธุรกิจที่เราเชื่อว่ามีอนาคตเพราะว่า ไม่มีการแข่งขันในด้านราคา

Update โรงไฟฟ้าของ SUPER

คุณจอมทรัพย์ : ตอนนี้ในประเทศแสงอาทิตย์เราอยู่ 768 เมกะวัตต์ และมีโรงไฟฟ้าขยะที่จ่ายไฟแล้วประมาณ 10 เมกะวัตต์ และโรงไฟฟ้าขยะส่วนที่เหลือที่กำลังสร้างอยู่ ที่จังหวัดพิจิตรประมาณ 10 เมกะวัตต์ น่าจะจ่ายไฟได้ปลายปีนี้ และเรากำลังจะสร้างที่หนองคาย, นนทบุรี และที่เพชรบุรี น่าจะเพิ่มอีก 40-50 เมกะวัตต์ ในแง่ของขยะในเมืองไทยนครรับ ส่วนที่เวียดนามปีนี้เรามี 236.72 เมกะวัตต์ ก็จะมีปิดเพิ่มในส่วนของการแสงอาทิตย์ เราน่าจะได้ 300 เมกะวัตต์ เป็นเป้าของการแสงอาทิตย์ที่เราวางไว้ที่เวียดนาม ส่วนลมตอนนี้เรามีสัญญาซื้อขายไฟฟ้าแล้ว 272 เมกะวัตต์ ในเวียดนาม ซึ่งถ้าเราได้เงินจากกองทุน เราก็จะไปสร้างลมเพิ่มเติม ซึ่งเรามอง 2-3 ปีนี้ น่าจะเหมือนปี 2016 ที่เราจะโตแบบก้าวกระโดดอีก

แผน 1-2 ปี เราวางแผนขยายโรงไฟฟ้าทั้งในและต่างประเทศอย่างไร

คุณจอมทรัพย์ : ถ้าเป็นในประเทศในแง่ของการแสงอาทิตย์ รัฐบาลยังไม่เปิดโควตา แต่สิ่งที่เราทำคือ การขายไฟให้กับเอกชนกันเอกชน (Private PPA) วันนี้ลูกค้า 1 รายที่สามารถบอกได้ คือ EASTW เราเซ็นสัญญาที่จะสร้างโรงไฟฟ้า 32 เมกะวัตต์ ซึ่งในประเทศไทยที่จะโตได้น่าจะเป็น Private PPA ที่เป็นแสงอาทิตย์ แต่ประเภทอื่นๆ ปีนี้-ปีหน้ารัฐบาล จะแก้ไขกฎหมายเรื่องขยะ เราคาดว่าจะมีสัญญาซื้อขายไฟฟ้าออกมา 400 เมกะวัตต์ ซึ่งวันนี้เราก็มีความชำนาญด้านนี้ครับ เพราะว่าเราเริ่มอยู่แล้ว 1 โรง เป็นโรงไฟฟ้าขยะอุตสาหกรรม ส่วนโรงไฟฟ้าขยะชุมชนที่พิจิตรในไตรมาส 4/62 และเรามีอีก 3 โรงที่จะสร้าง ตรงส่วนนี้เราก็พร้อมที่จะโตใน 1-2 ปีนี้ ซึ่งที่เมืองไทยน่าจะมาจากขยะกับ Private PPA

ส่วนต่างประเทศวันนี้ เราอยู่ในเวียดนามคือพลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานลม ส่วนขยะมีการพูดคุยเหมือนกัน แต่ผมคิดว่าอยากจะให้มันคงในส่วนอื่นก่อนแล้วค่อยเข้าไปขยะถ้าเป็นที่เวียดนามครับ ขณะที่ปีนี้ ปีหน้าเราน่าจะเข้าไปเพิ่มอีก 3 ประเทศ จากวันนี้ที่เรามีที่ไทย เวียดนาม เดียวไตรมาส 3 เราจะเข้าไปปิดงานที่มาเลเซีย ถ้าเราสามารถทำได้สำเร็จที่มาเลเซียด้วย และยังมีคนติดต่อเราที่ฟิลิปปินส์และที่อินโดนีเซียเหมือนกันว่าอยากให้เราเข้าไปร่วมงาน ซึ่งที่อินโดนีเซียคือขยะ แต่ว่าเราเองก็ยังไม่มั่นใจในการไปต่างประเทศในแง่ของขยะ น่าจะเริ่มจากแสงอาทิตย์กับลมก่อน ผมคิดว่าในระยะ 1-2 ปีนี้ จะเห็น SUPER ขยายเพิ่ม 2-3 ประเทศ แต่เป้าหมายใหญ่ของเราคืออยู่ให้ครบประเทศในอาเซียน เราอยากเป็นผู้เล่นที่ใหญ่รายหนึ่งในอาเซียน

ภาพรวมผลประกอบการครึ่งปีแรก

คุณจอมทรัพย์ : ปีนี้เรามีกำลังการผลิตเพิ่ม ปลายปีที่แล้ว - ต้นปีนี้เรา COD ประมาณ 48 เมกะวัตต์ รายได้ก็เพิ่มขึ้น และกลางปีที่ผ่านมา เราเพิ่ม COD เพิ่มขึ้นอีก 186.72 เมกะวัตต์ ในเวียดนาม และในไตรมาส 3/62 ประมาณเดือนตุลาคมนี้ เราจะ COD เพิ่มในเวียดนามอีก 50 เมกะวัตต์ ซึ่งกำลังการผลิตของเรา ปัจจุบันในแง่ของโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์อย่างเดียว ในประเทศไทยเรามี 768 เมกะวัตต์ ส่วนในเวียดนาม ถ้ารวมที่จะ COD 50 เมกะวัตต์ ในเดือนตุลาคมนี้ เราจะมี 236.72 เมกะวัตต์ กำลังการผลิตเราจะขึ้นไปประมาณ 1,005 เมกะวัตต์ เกิน 1 กิกะวัตต์ ก็ตามเป้าที่เราตั้งไว้

จะมีการปรับเป้าหมายหรือไม่ หลังจากที่เราประกาศงบ Q2/62

คุณจอมทรัพย์ : เรากำลังดูอยู่ครับ วันนี้เป้าที่เราวางไว้ในปี 2019 เราจะเพิ่มกำลังการผลิต 30% ซึ่งที่เวียดนามที่เราทำ 236 เมกะวัตต์ ก็ได้เพิ่มกำลังการผลิตไปแล้วประมาณ 30% และในแง่ของรายได้เรามองว่าน่าจะเพิ่มขึ้นประมาณ 20% ซึ่งตอนนี้ถ้าเต็มปีที่เราเวียดนามน่าจะเกินไปแล้ว แต่ว่าเรา COD ตามเป้าที่เราวางไว้ ทำให้รายได้ของไฟที่เวียดนามน่าจะเข้ามาครึ่งปี แต่ตอนนี้ก็กำลังดูอยู่เพราะเวียดนามกำลังขยายเพิ่มในด้านของโซลาร์ และทางมาเลเซียก็จะเปิดให้เข้ามาปิดทำแสงอาทิตย์เพิ่มขึ้น เราก็กำลังดูตรงนั้นและอาจจะขยับเป้าให้เพิ่มขึ้น แต่ในแง่ของเป้า 4 ปีถัดไป รวมปีนี้ด้วยเราวางเป้าโตไม่ต่ำกว่า 25% /ปี

หลังขายกองทุนรวมของสร้างพื้นฐาน แล้วภาพของ SUPER จะเป็นอย่างไร

คุณจอมทรัพย์ : เรามองว่ามันเป็นกลไกหนึ่ง เพราะว่าธุรกิจเราใช้เงินเยอะมากในการสร้าง เพราะเราเป็นการลงทุนครั้งหนึ่งแล้วก็เก็บเกี่ยวรายได้ไฟฟ้าไปอีก 20-25 ปี แล้วแต่ประเทศ ดังนั้นเงินที่เข้ามามันก็จะต้องใช้เยอะ เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ซึ่งกลไกการมีกองทุนโครงสร้างพื้นฐาน "SUPEREIF" ทำให้เราสามารถขยายงานได้โดยไม่ต้องเพิ่มทุน และสามารถขายเข้ากองทุน

อย่างครั้งนี้เราขายเข้ากองทุนไปประมาณ 118 เมกะวัตต์ เงินที่เราจะได้ก็เอามาขยายงานเพิ่มเติมได้ประมาณ 400-500 เมกะวัตต์ สิ่งที่น่าลงทุนต้องการในแง่ของรายได้ประจำ 6-7% และความมั่นคง ในส่วนของ SUPER ก็ได้เงินที่ขายและมีกำไร เอามาขยายงานต่อ ซึ่งวันนี้เราขายในเวียดนามไปแล้ว 236 เมกะวัตต์

เดี๋ยวได้เงินมาเราจะขายอีก และคิดว่าน่าจะขายได้อีก 400-500 เมกะวัตต์ และถ้าเราต้องใช้เงินเพิ่มเติมเราก็อาจจะขายเข้ากองอีก 100 เมกะวัตต์ มันก็โตไปควบคู่กัน เราขายออก 118 เมกะวัตต์ เราเอาโต 400 เมกะวัตต์ ก็วิน วิน กันทั้งคู่ บริษัทฯ ก็สามารถโตได้โดยไม่ต้องเพิ่มทุนจากกลไกของกองทุนนี้

เป้าหมายรายได้ปีนี้

คุณจอมทรัพย์ : เป้าหมายรายได้ที่เราวางไว้ 6 พันล้านบาท หลักๆ คือมาจากโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ และโรงไฟฟ้าขยะ เพราะลมอยู่ระหว่างการก่อสร้างและพัฒนาอยู่ โดยสัดส่วนรายได้ยังมาจากในประเทศเป็นหลัก และคาดว่า 500-600 ล้านบาทจะมาจากเวียดนาม ทำให้รายได้ในต่างประเทศน่าจะขึ้นไปประมาณ 10% ส่วนรายได้ในประเทศจะอยู่ที่ 90%

ค่าเงินบาทที่แข็งค่า มีผลกระทบต่อ บริษัทฯ หรือไม่

คุณจอมทรัพย์ : ตรงนี้ส่งผลทั้ง 2 ส่วนครับ เพราะที่เวียดนามเราลงทุนเป็นดอลลาร์ เพราะงบในเวียดนามต้องทำเป็นดอง จากดองก็ต้อง Forword กลับมาเป็นดอลลาร์ จากดอลลาร์ก็ต้องเปลี่ยนเป็นบาท ฉะนั้นตัวเลขการลงทุนที่เราลงทุน อาจจะน้อยลง เพราะว่าบาทแข็งค่า แต่ตรงส่วนนี้ไม่ได้กระทบอย่างแท้จริงแต่เป็นในแง่หลักของบัญชีเท่านั้น ส่วนผลดีเราก็ได้มหาศาล เพราะเราสร้างที่เวียดนามเราจ้าง EPC เป็น US ดอลลาร์ ถ้าเกิดวันนี้เราจ้างไปประมาณ 31.50 วันนี้ลงมา 30.80 ทำให้เม็ดเงินที่เราจ่ายผู้รับเหมาจริง จะน้อยลงเพราะบาทแข็งค่า คล้ายๆ กับเรานำเข้าแล้วของถูกขึ้น

อยากฝากอะไรถึงนักลงทุน

คุณจอมทรัพย์ : ผมคิดว่าวันนี้เราผ่านช่วง Down side ในแง่ของราคา แต่ว่าตลาดก็เป็นตลาดของมันเอง คงไม่สามารถบอกได้ว่า จะขึ้นจะลง แต่ในส่วนของบริษัทฯเอง พื้นฐานเราแข็งแกร่งมาก เราเป็นธุรกิจสัมปทานที่มีสัญญาระยะยาวไม่ว่าจะอยู่ในเมืองไทย หรือต่างประเทศ สัญญาประมาณ 20-25 ปี

ทำให้เรามีรายได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผมมั่นใจว่ารายได้เรามั่นคงแน่นอน เมืองไทยเรามี 700 เมกะวัตต์ ที่ลือครายได้เหลือ 22 ปี ในเวียดนามเรามี 236 เมกะวัตต์ที่ลือครายได้ไปอีก 20 ปี ตรงนี้ทำให้เรามีรายได้ที่มั่นคง และเราก็เพิ่มการทำธุรกิจ ตามที่เราได้แจ้งเรื่องการเข้าไปลงทุนซื้อธุรกิจที่ทำธุรกิจบริหารจัดการน้ำเข้ามา พื้นฐานของเรายังอยู่ในงานสัมปทานที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งพลังงานแสงอาทิตย์, ขยะ ,ลม และตอนนี้ก็เข้าไปในธุรกิจน้ำ

ซึ่งมีรายได้ที่ชลบุรี,สมุทรสาคร และเฟื่องชนะการประมูลบายน้ำที่ภูเก็ต 4 สัญญา เป็นเทรนด์อะไรที่ดี เป็นของที่เราต้องใช้ และเป็นสัญญาระยะยาว ก็อยากจะเรียนผู้ถือหุ้นว่าวันนี้ เราอยู่อุตสาหกรรมอยู่ในความต้องการของประชาชน นี่คือการกิจของ **SUPER** ครับ

เป้าหมายรายได้ปีนี้

คุณจอมทรัพย์ : เป้าหมายรายได้ที่เราวางไว้ 6 พันล้านบาท หลักๆ คือมาจากโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ และโรงไฟฟ้าขยะ เพราะลุ่มอยู่ระหว่างการก่อสร้างและพัฒนาอยู่ โดยสัดส่วนรายได้ยังมาจากในประเทศเป็นหลัก และคาดว่า 500-600 ล้านบาทจะมาจากเวียดนาม ทำให้รายได้ในต่างประเทศน่าจะขึ้นไปประมาณ 10% ส่วนรายได้ในประเทศจะอยู่ที่ 90%

Update

SUPER ปีนี้คาดโกยรายได้ 6 พันลบ. พร้อมวางแผนผลงานปี 62-65 โตไม่ต่ำกว่า 25% ต่อปี - ตั้งธงในใจ ขยายพอร์ตโรงไฟฟ้าทั่วอาเซียน ระบุขอเป็นหนึ่งในผู้เล่นที่ใหญ่ในอาเซียน

SUPER ปีนี้คาดโกยรายได้ 6 พันลบ. พร้อมวางแผนผลงานปี 62-65 โตไม่ต่ำกว่า 25% ต่อปี เผย Q3/62 ลุย COD โรงไฟฟ้าในเวียดนามอีก 50 MW จ่อปิดโวลาร์เพิ่ม 300 MW เตรียมนำเงินที่ได้จากตั้งกองทุน SUPEREIF ขยายพอร์ตโรงไฟฟ้าต่อเนื่อง ตั้งเป้าขยายเพิ่ม 400-500 MW คาดโรงไฟฟ้าขยะที่จ.พิจิตร ขนาด 10 MW จ่ายไฟปลายปีนี้ พร้อมเร่งสร้างอีก 40-50 MW วางเป้าระยะ 1-2 ปีนี้ ลุยโรงไฟฟ้าแดด-ลม เพิ่ม 2-3 ประเทศ เล็งมาเลเซีย-ฟิลิปปินส์-อินโดฯ พร้อม ตั้งธงในใจ ขยายพอร์ตโรงไฟฟ้าทั่วอาเซียน ระบุขอเป็นหนึ่งในผู้เล่นที่ใหญ่ในอาเซียน

นายจอมทรัพย์ โลจาณะ ประธานกรรมการ บริษัท ซูเปอร์ เอนเนอร์ยี คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (SUPER) เปิดเผยกับ

สำนักข่าวหุ้นอินไซด์ว่า บริษัทฯ วางเป้าหมายการเติบโตของรายได้ปี 2562 ไว้ที่ 6,000 ล้านบาท คิดเป็นการเติบโตประมาณ 20% ตามกำลังการผลิตไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งปีนี้วางเป้าเพิ่มกำลังการผลิต 30% แบ่งเป็นโรงไฟฟ้าที่ประเทศเวียดนาม 236 เมกะวัตต์

โดยปัจจุบันบริษัทฯ เดินเครื่องเชิงพาณิชย์แล้ว (COD) 186.72 เมกะวัตต์ และในไตรมาส 3/62 ประมาณเดือนตุลาคม นี้จะ COD เพิ่มในเวียดนามอีก 50 เมกะวัตต์ ขณะที่ในประเทศไทยบริษัทฯ มีกำลังการผลิตจากโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์แล้วจำนวน 768 เมกะวัตต์ ส่งผลให้ปีนี้บริษัทฯ จะกำลังการผลิตจะขึ้นไปแตะระดับ 1,005 เมกะวัตต์

“เรากำลังดูอยู่ครับ วันนี้เป้าที่เราวางไว้ในปี 2019 เราจะเพิ่มกำลังการผลิต 30% ซึ่งที่เวียดนามที่เราทำ 236 เมกะวัตต์ ก็ได้เพิ่มกำลังการผลิตไปแล้วประมาณ 30% และในแง่ของรายได้เรามองว่าน่าจะเพิ่มขึ้นประมาณ 20% ซึ่งตอนนี้ถ้าเต็มปีที่เวียดนาม น่าจะเกินไปแล้ว แต่ว่าเรา COD ตามเป้าที่เราวางไว้ ทำให้รายได้ของไฟที่เวียดนามน่าจะเข้ามาครึ่งปี แต่ตอนนี้ก็กำลังดูอยู่เพราะเวียดนามกำลังขยายเพิ่มในด้านของโวลาร์ และทางมาเลเซียก็จะเปิดให้เข้ามาปิดหัวแสงอาทิตย์เพิ่มขึ้น เราก็กำลังดูตรงนั้นและอาจจะขยับเป้าให้เพิ่มขึ้น แต่ในแง่ของเป้า 4 ปีถัดไป



รวมปีนี้ด้วยเราวางแผนโตไม่ต่ำกว่า 25% ต่อปี” นายจอมทรัพย์ กล่าว

ขณะที่บริษัทฯ วางเป้าหมายผลประกอบการเติบโตปีละ 25% ในปี 2562-2565 เนื่องจากมีแผนขยายการลงทุนโรงไฟฟ้าพลังงานทดแทนทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

โดยขณะนี้ศึกษาการลงทุนโรงไฟฟ้าที่เวียดนามเพิ่มเติม จากที่มีอยู่แล้ว 236.72 เมกะวัตต์ และตั้งเป้าจะมีเพิ่มอีก 300 เมกะวัตต์ พร้อมทั้งยังมีแผนเข้าไปประมูลโรงไฟฟ้าโซลาร์ฟาร์มที่ประเทศมาเลเซียเพิ่มเติมด้วย และบริษัทฯ ยังได้รับการติดต่อให้ไปลงทุนที่ฟิลิปปินส์และที่อินโดนีเซีย โดยเบื้องต้นบริษัทฯ สนใจโครงการพลังงานแสงอาทิตย์กับลมก่อน คาดว่าในระยะ 1-2 ปีนี้ จะเห็น SUPER ขยายเพิ่ม 2-3 ประเทศ แต่เป้าหมายใหญ่ของบริษัทฯ คือการขยายการลงทุนให้ครบประเทศในอาเซียน และขึ้นเป็นผู้เล่นที่ใหญ่รายหนึ่งในอาเซียน

อีกทั้งบริษัทฯ ยังมีโรงไฟฟ้าขยะชุมชนที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง ที่จังหวัดพิจิตร ขนาดกำลังการผลิตประมาณ 10 เมกะวัตต์ คาดว่าจ่ายไฟได้ปลายปีนี้ และกำลังจะสร้างโรงไฟฟ้าขยะที่จังหวัดหนองคาย, นนทบุรี และเพชรบุรี น่าจะเพิ่มอีก 40-50 เมกะวัตต์ จากปัจจุบันที่มีโรงไฟฟ้าขยะอุตสาหกรรมที่จ่ายไฟแล้วประมาณ 10 เมกะวัตต์ และคาดว่าปีนี้-ปีหน้ารัฐบาลจะแก้ไขปัญหาระยะ ก็จะทำให้มีสัญญาซื้อขายไฟฟ้า ออกมาคาดว่า จะมีออกมาประมาณ 400 เมกะวัตต์ ซึ่งก็เป็นโอกาสที่บริษัทฯ จะเข้าไปลงทุนด้านขยะเพิ่มเติม

ส่วนโรงไฟฟ้าพลังงานลม ปัจจุบันบริษัทฯ มีสัญญา

ซื้อขายไฟฟ้าแล้ว 272 เมกะวัตต์ ที่ประเทศเวียดนาม

อย่างไรก็ตามโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ในประเทศไทย ปัจจุบัน รัฐบาลยังไม่เปิดโควตา ดังนั้น บริษัทฯ จึงไปมุ่งเน้นขายไฟให้กับเอกชนกันเอกชน (Private PPA) โดยขณะนี้มียุทธศาสตร์ 1 รายคือ บริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) EASTW ที่ได้เซ็นสัญญาที่จะสร้างโรงไฟฟ้าจำนวน 32 เมกะวัตต์ ดังนั้นจึงมองว่าถ้าเป็นโครงการในประเทศไทยที่จะโตได้น่าจะเป็น Private PPA ที่เป็นแสงอาทิตย์ ซึ่งบริษัทฯ ก็มีความพร้อมที่จะโตใน 1-2 ปีนี้

นายจอมทรัพย์ กล่าวเพิ่มเติมถึงแหล่งเงินทุน ที่บริษัทฯ จะใช้ขยายพอร์ตการลงทุนโครงการโรงไฟฟ้าพลังงานทดแทน ว่าบริษัทฯ เตรียมความพร้อมการลงทุน โดยจัดตั้งกองทุนรวมโครงสร้างพื้นฐานโรงไฟฟ้าซูเปอร์ เอนเนอร์ยี (SUPEREIF) มูลค่าไม่ต่ำกว่า 8,150 ล้านบาท

ซึ่งเงินที่ได้รับจากการจัดตั้งกองทุนฯ บริษัทฯ จะนำไปใช้ขยายการลงทุนโรงไฟฟ้า ทั้งในและต่างประเทศ โดยที่บริษัทฯ ไม่ต้องเพิ่มทุนแต่อย่างใด ซึ่งบริษัทฯ ตั้งเป้าขยายเพิ่มประมาณ 400-500 เมกะวัตต์ นอกจากนี้จะนำเงินที่ได้รับไปชำระหนี้สถาบันการเงินด้วย

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้เข้าไปลงทุนในธุรกิจประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำประปาเพื่อเพิ่มแหล่งที่มาของรายได้ให้มากขึ้น โดยล่าสุดเพิ่งชนะการประมูลขายน้ำที่จังหวัดภูเก็ต 4 สัญญา

ประกันอุบัติเหตุ



ทำประกันสุขภาพ

เกิดอุบัติเหตุขณะทำงาน...ก็เคลมได้

✓ คำนวณครอบคลุมค่าเสียหายสูงสุดถึง **250,000** บาท

✓ คำนวณครอบคลุมค่าเสียหายจากเครื่องจักร

สูงสุดถึง **500,000** บาท

TQM
INSURANCE BROKER

ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์



เงื่อนไข เป็นตามกรมธรรม์ของบริษัท

เบี้ยเพียง 999.-/ปี

ชดเชยรายได้ 500 บาท/วัน

รับประกันภัยโดย



กรุงเทพประกันภัย
Bangkok Insurance

บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด
กว่า 60 ปี ไม่หยุดทำดีที่สุดเพื่อคุณ

Ins. 1737, 0-2119-8888



www.tqm.co.th



TQM Insurance Broker



TQM Insurance Broker



TVD เร่งเครื่องขยายธุรกิจต้นรายได้ครึ่งปีหลัง เตรียมลุยโฮมช้อปปิ้งช่องใหม่ แตกไลน์รุก Direct Response Agency

‘บมจ.ทีวี ไดเรค’ หรือ TVD ลุยขยายธุรกิจต้นรายได้ครึ่งปีหลัง เตรียมเปิดตัวโฮมช้อปปิ้งช่องใหม่ทางทรูวิชั่นส์ วางคอนเซ็ปต์เป็นช่อง “Women Channel” ฝึกพันธมิตรนำเสนอผลิตภัณฑ์เจาะกลุ่มผู้หญิง และผู้ใส่ใจสุขภาพผิวและความงาม พร้อมร่วมมือพาร์ทเนอร์แตกไลน์ธุรกิจ Direct Response Agency ให้บริการสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดและสื่อโฆษณา

นายทรงพล วัฒนมาตรกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวี ไดเรค จำกัด (มหาชน) หรือ TVD

ผู้นำธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการผ่าน Omni Channel เปิดเผยว่า ทิศทางการดำเนินธุรกิจ ในครึ่งปีหลัง บริษัทฯ ปรับกลยุทธ์เร่งเพิ่มยอดขายสินค้าและจะมุ่งเน้นใช้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านการตลาด การขายสินค้าและการสร้างแบรนด์ เพื่อรุกขยายธุรกิจใหม่ๆ ซึ่ง会增加โอกาสการสร้างรายได้และผลักดันการเติบโตได้ดียิ่งขึ้น โดยเตรียมเปิดตัว โฮมช้อปปิ้งช่องใหม่ภายใต้ชื่อช่อง “TVD 4” ทางทรูวิชั่นส์ ช่อง 54 คาดว่าจะเริ่ม Test Run ได้ภายในเดือนตุลาคมนี้ โดยวางรูปแบบเป็นช่องโฮมช้อปปิ้งที่มีความแตกต่างภายใต้คอนเซ็ปต์ “Women Channel” หรือช่องโฮมช้อปปิ้งเพื่อผู้หญิง และผู้ใส่ใจสุขภาพผิวและความงาม

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะร่วมมือกับพาร์ทเนอร์และพันธมิตรทางธุรกิจ คือ บริษัท แกรททิทูด อินฟินิท พาร์ทเนอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ GIFT ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาส่วนผสมเพื่อผลิตเครื่องสำอาง พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่อง

สำอาง เพื่อนำเสนอสินค้าเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผ่านช่องโฮมช้อปปิ้งดังกล่าว ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตราการขึ้นต้นที่ดี

ขณะเดียวกัน จะรวบรวมดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงรวมประมาณ 70 ท่าน ซึ่งปัจจุบันเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพผิวและความงาม อาทิ เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและผิวกาย ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ฯลฯ ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนมาแนะนำสินค้าและทำการตลาดในช่องดังกล่าวเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและดึงดูดผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับที่ดีจะกระจ่ายการแนะนำสินค้าไปยังช่องโฮมช้อปปิ้งอื่นๆ ของกลุ่มบริษัทฯ อีกด้วย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร TVD กล่าวว่า บริษัทฯ เตรียมร่วมมือกับ TRI-STAGE INC ซึ่งเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัทจากประเทศญี่ปุ่นแตกไลน์ธุรกิจใหม่เพื่อเพิ่มรายได้ในครึ่งปีหลัง โดยจะรุกธุรกิจให้บริการ Direct Response Agency (DRA) หรือเอเจนซีสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดและสื่อโฆษณาแบบเจาะตรงถึงผู้บริโภคที่หวังผลตอบแทนในทันที ซึ่งเป็นการต่อยอดจากประสบการณ์ 20 ปีในการทำตลาดให้กับสินค้าต่างๆ และใช้บุคลากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยในช่วงที่ผ่านมาเริ่มมีลูกค้าที่ใช้บริการบ้างแล้ว เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มคอลลาเจนจากญี่ปุ่น, นมผง, อาหารเสริมที่เป็นแบรนด์ชั้นนำ เป็นต้น

นอกจากนี้ จะเร่งเพิ่มยอดขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีแนวโน้มการเติบโตได้ดี โดย

ในช่วงครึ่งปีหลังจะร่วมมือกับเว็บไซต์ อี-คอมเมิร์ซและสื่อ Social Media ชี้นำ พัฒนาแคมเปญส่งเสริมการขายและจัดกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รองรับความต้องการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ที่กำลังขยายตัว รวมถึงมองโอกาสขยายธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น บริษัท ลาสมส์ ไดเรค จำกัด ในเครือ TVD มีแผนขยายธุรกิจให้บริการจัดส่งอาหารและเครื่องดื่ม จากปัจจุบันที่ดำเนินธุรกิจให้บริการจัดส่งสินค้าแก่ลูกค้าของทีวี ไดเรค และเริ่มขยายบริการสู่กลุ่มลูกค้าภายนอก





PTT เผย PTTOR ตั้งบ.ย่อย “พีทีทีโออาร์อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โฮลดิ้งส์ (สิงคโปร์)” หวังรองรับการลงทุนในต่างประเทศ

นายชาญศิลป์ ตรีนุชกร ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) หรือ PTT เปิดเผยว่า บริษัทฯ ขอเรียนให้ทราบว่า บริษัท ปตท. น้ำมันและ การค้าปลีก จำกัด (มหาชน) (“PTTOR”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ ปตท. ได้จดทะเบียนจัดตั้งบริษัท พีทีทีโออาร์อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โฮลดิ้งส์ (สิงคโปร์) จำกัด เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2562 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 1 เหรียญสหรัฐ โดยให้บริษัท พีทีทีโออาร์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โฮลดิ้งส์ (ประเทศไทย) จำกัด (บริษัทย่อยของ PTTOR) ถือหุ้นทั้งหมด ทั้งนี้บริษัท พีทีทีโออาร์อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โฮลดิ้งส์ (สิงคโปร์) จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการลงทุนในต่างประเทศของ PTTOR

ทั้งนี้รายการดังกล่าวนี้ไม่ใช่รายการที่เกี่ยวข้องกันและขนาดของรายการไม่เข้าข่ายที่จะต้องรายงานสารสนเทศตามหลักเกณฑ์การได้มาและจ หน่ายไปซึ่งสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน แต่เป็นการได้มาหรือจำหน่ายไปซึ่งเงินลงทุนในบริษัทอื่น โดยเป็นผลให้บริษัทอื่นนั้นมีสภาพหรือสิ้นสภาพ ในการเป็นบริษัทย่อยของบริษัทจดทะเบียนหรือของบริษัทย่อยนั้น รายการดังกล่าวจึงส่งผลให้บริษัทพีทีทีโออาร์อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล โฮลดิ้งส์ (สิงคโปร์) จำกัด เป็นบริษัทย่อยของ ปตท.

TOP คาด ราคาน้ำมันดิบปรับลด กังวลเศรษฐกิจเติบโตช้ากดดันอุปสงค์น้ำมันโลก



ราคาน้ำมันดิบเวสต์เท็กซัสและเบรนท์ปรับตัวลดลงกว่าร้อยละ 1 หลังนักลงทุนมีความกังวลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ซึ่งเป็นปัจจัยกดดันต่ออุปสงค์น้ำมันโลกให้มีแนวโน้มอ่อนตัวลง

สำนักข่าว KUNA ของคูเวต รายงานว่า ซาอุดีอาระเบียและคูเวตมีการพิจารณาเรื่องการกลับมาผลิตน้ำมันดิบในบริเวณ Saudi-Kuwaiti Neutral Zone หลังหยุดดำเนินการไปเป็นระยะเวลา 4 ปี โดยแหล่งน้ำมันดิบ Khafji และ Wafra ที่อยู่ในความร่วมมือมีกำลังการผลิตราว 500,000 บาร์เรลต่อวัน

ฝรั่งเศส อิตาลีและเดนมาร์กให้ความร่วมมือกับอังกฤษในการเสริมความปลอดภัยในการเดินเรือผ่านช่องแคบฮอร์มุซ หลังอิหร่านเข้าควบคุมเรือบรรทุกน้ำมันของอังกฤษในสัปดาห์ที่ผ่านมา

สำนักงานสารสนเทศด้านพลังงานสหรัฐฯ (EIA) รายงานปริมาณน้ำมันดิบคงคลังสหรัฐฯ ประจำสัปดาห์ สิ้นสุด ณ วันที่ 19 ก.ค. 62 ปรับลดลง 11 ล้านบาร์เรล ปริมาณน้ำมันเบนซินคงคลังปรับลด 226,000 บาร์เรล ขณะที่ปริมาณน้ำมันดีเซลคงคลังปรับขึ้น 613,000

บาร์เรล

ราคาน้ำมันเบนซิน : ปรับตัวลดลงสวนทางราคาน้ำมันดิบดูไบ เนื่องจากถูกกดดันโดยอุปทานน้ำมันเบนซินจากประเทศจีนที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น

ราคาน้ำมันดีเซล : ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าราคาน้ำมันดิบดูไบ หลังได้รับปัจจัยหนุนจากอุปทานที่ตึงตัวจากการปิดซ่อมบำรุงโรงกลั่นในภูมิภาค

ARROW ตั้งเป้าหมายยอดขายปี62 โต 5-10%

หลังราคาวัตถุดิบดีขึ้น - บาทแข็งหนุน

"ธานินทร์ ต้นประวัติ" ปีก ARROW ตั้งเป้าหมายยอดขายปี62 โต 5-10% หลัง ราคาวัตถุดิบดีขึ้น-บาทแข็งหนุน เผย มี Backlog ในมือ 1 พันลบ. - พร้อมเดินหน้าประมูลงานใหม่ต่อเนื่อง วางงบลงทุน 15-20 ลบ. รองรับการเพิ่มเครื่องจักร-ขยายผลิตรถยนต์ใหม่

นายธานินทร์ ต้นประวัติ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอร์โรว์ ซินติเคท จำกัด (มหาชน) หรือ ARROW เปิดเผยว่า บริษัทฯตั้งเป้าหมายยอดขายปี 2562 เติบโต 5-10% เนื่องจากราคาวัตถุดิบได้ปรับตัวดีขึ้น โดยบริษัทฯใช้เหล็กเป็นวัตถุดิบหลักถึง 90% รวมถึงค่าเงินบาทได้เกิดการแข็งค่าด้วย ซึ่งบริษัทฯมีการนำเข้าวัตถุดิบเป็นหลัก จึงถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยหนุนเช่นกัน

"สำหรับภาพรวมผลประกอบการในครึ่งปีแรก ถือว่าเป็นปีที่ดีอีกปีหนึ่งของบริษัทฯ จากปัจจัยต่างๆที่ส่งผลบวกต่อผลประกอบการของบริษัทฯ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของวัตถุดิบ ซึ่งเราได้รับผลกระทบจากวัตถุดิบมาเป็นเวลาหลายปีด้วยกัน แต่ในปีนี้อาวัตถุดิบในเหล็ก ซึ่งเราใช้เหล็กเป็นต้นทุนวัตถุดิบประมาณ 90% ของวัตถุดิบหลัก ประกอบกับค่าเงินบาทก็ได้เกิดการแข็งค่าด้วย โดยเรานำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นหลักจึงส่งผลบวกให้กับเราพอสมควร นอกจากนี้ ยังมีความแข็งแกร่งในธุรกิจ

ก่อสร้าง บริษัทฯมองว่ายังมีการพัฒนาอยู่ในเชิงบวก" นายธานินทร์ กล่าว

ทั้งนี้ ปัจจุบันบริษัทฯมีงานในมือ(Backlog) อยู่ที่ 1,000 ล้านบาท ซึ่งถือว่าเป็นมูลค่างานที่เยอะที่สุดตั้งแต่รวบรวมมูลค่างานมา โดยการรับรู้รายได้จะขึ้นอยู่กับโครงการต่างๆว่าจะอยู่ในช่วงเวลาใด

พร้อมกันนี้ บริษัทฯยังคงมองหาโอกาสเข้าร่วมประมูลงานใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยในครึ่งปีแรกบริษัทฯได้ประมูลงานของภาคเอกชนไปแล้วจำนวนมาก และครึ่งปีหลังบริษัทฯเตรียมเข้าประมูลงานของภาครัฐเพิ่มหลังจากโครงการโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงรถไฟฟ้าสายสีต่างๆออกมาเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะช่วยทำให้บริษัทฯมีงานในมือเติบโตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

ด้านเงินลงทุนปีนี้ บริษัทฯวางไว้ที่ 15-20 ล้านบาท ใช้สำหรับรองรับการเพิ่มเครื่องจักรในไลน์การผลิตบางกลุ่ม รวมถึงใช้สำหรับขยายผลิตรถยนต์ใหม่

นายธานินทร์ กล่าวเพิ่มเติมว่า ในส่วนของธุรกิจกลุ่มรับเหมาก่อสร้างระบบไฟฟ้า ปะปา ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯขณะนี้ยังไม่ส่งผล

ประกอบการที่เด่นชัดมากนัก แต่อย่างไรก็ตามจากผลประกอบการโดยรวมที่ดี ก็ส่งผลบวกให้แก่บริษัทฯได้ ขณะที่บริษัทฯจะมีการปรับตัวโดยจะเข้ารับเหมางานท่อร้อยสายไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าจากงานกลุ่มนี้ได้อีกทางหนึ่ง

ขณะที่ ผลประกอบการในไตรมาส2/2562 บริษัทฯคาดว่าจะเติบโตได้ดี จากยอดขายที่อยู่ในระดับความพึงพอใจ สำหรับแนวโน้มครึ่งปีหลังของปี 2562 หลังจากจัดตั้งรัฐบาลได้แล้ว บริษัทฯมองว่าจะเป็นผลบวกต่ออุตสาหกรรมก่อสร้าง หลังจากก่อนหน้านี้ซบเซาไปค่อนข้างมาก ซึ่งการที่มีรัฐบาลใหม่เข้ามาจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่นักลงทุนได้ดี



ลาลิน
พร็อพเพอร์ตี้
บ้านที่ปลุกบนความตั้งใจที่ดี



พีที



สั่งเลย!!

พีที น้ำมันสดใหม่

เต็มถัง



"โรงงานโมแปงสาธิตรายใหญ่ และมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในประเทศ"



ดร.ชาณุภุช เดชวิทักษ์

รองประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ
บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน)



บลจ.ไทยพาณิชย์ เปิดขายกองทุนเทอมฟันด์ ลงทุนตราสารหนี้ต่างประเทศ 3 เดือน และ 1 ปี ผ่านแอปพลิเคชัน SCB EASY



นายณรงค์ศักดิ์ ปลอดมีชัย
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท
หลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทย
พาณิชย์ จำกัดเปิดเผยว่า บริษัทฯ เปิด
เสนอขายกองทุนเทอมฟันด์ 2 กองทุน ได้แก่
กองทุนเปิด SCB Easy 3M1 (SCBEZ3M1) และ
กองทุนเปิด SCB Easy 1Y1 (SCBEZ1Y1) เน้น
ลงทุนในตราสารหนี้ต่างประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ
90 มีอายุโครงการ 3 เดือน และ 1 ปี ตาม
ลำดับ มูลค่าโครงการกองทุนละ 15,000 ล้านบาท
สามารถซื้อกองทุนนี้ได้ง่ายๆ ผ่านเฉพาะ
แอปพลิเคชัน SCB EASY ได้ตั้งแต่วันที่ - 5
สิงหาคม 2562 นี้เท่านั้น ด้วยเงินลงทุนขั้นต่ำ
เพียง 1,000 บาท โดยจำกัดยอดเงินลงทุน
สูงสุดไม่เกิน 1 ล้านบาทต่อกองทุน

ทั้งนี้สินทรัพย์ที่คาดว่าจะ กองทุนเปิด

SCBEZ3M1และกองทุนเปิด SCBEZ21Y1 คาด
ว่าจะลงทุนประกอบด้วย เงินฝากธนาคาร
Qatar Islamic Bank (QIB) – กาตาร์, เงิน
ฝากธนาคาร Bank Rakyat Indonesia (BRI)
– อินโดนีเซีย, เงินฝากธนาคาร AMBANK
– มาเลเซีย, บัตรเงินฝากธนาคาร Bank of
China (BOC) – จีน, บัตรเงินฝากธนาคาร
China Merchant Bank (CMB) – จีน, บัตร
เงินฝากธนาคาร China Construction Bank
(CCB) – จีน, บัตรเงินฝากธนาคาร Ahli Bank
Q.S.C. (AHLIBANK) – กาตาร์ และหุ้น
กู้ระยะสั้นธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด
(มหาชน) โดยคาดการณ์ผลตอบแทนโดย
ประมาณอยู่ที่ 1.70 % ต่อปี และ กองทุน
เปิด SCBEZ1Y1 คาดการณ์ผลตอบแทน
โดยประมาณอยู่ที่ 2.00% ต่อปี

สำหรับ 2 กองทุนนี้ เป็นหนึ่งในทางเลือก
การลงทุนที่ให้โอกาสรับผลตอบแทนที่ดีกว่าการ
ลงทุนในประเทศที่มีการอายุการลงทุนที่ใกล้เคียงกัน
โดยมีการกระจายเงินลงทุนบางส่วน
ลงทุนในเงินฝาก และตราสารหนี้ต่างประเทศที่
มีการป้องกันความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน
เต็มจำนวน รวมถึงไม่เสียภาษีกองทุนตราสาร
หนี้

ปัจจุบันอัตราผลตอบแทนตราสารหนี้ไทย
ปรับตัวลดลงนับตั้งแต่ต้นปีค่อนข้างมาก โดย
ตราสารที่มีอายุตั้งแต่ 1 - 5 ปีปรับตัวลดลง
มาประมาณ 0.3 - 0.5% ซึ่งมีผลตอบแทน
ประมาณที่ 1.70 - 1.75% ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากมี
เงินทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในตราสารหนี้ไทย
จากมุมมองทิศทางค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็ง
ค่าตั้งแต่ต้นปี สภาพคล่องส่วนเกินที่อยู่ในตลาด

และการคาดการณ์การปรับ
ลดดอกเบี้ยนโยบาย
ของธนาคารกลาง
สหรัฐอเมริกา (Fed)
รวมถึงธนาคารแห่ง
ประเทศไทย
ด้วย



EIC ธนาคารไทยพาณิชย์

: ส่องเทรนด์ธุรกิจร้านอาหาร...ยังนำลงทุนอยู่หรือไม่?



ธุรกิจร้านอาหารยังมีโอกาสเติบโตท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ผันผวน โดยอีไอซี คาดว่าจะขยายตัวราว 4-5% ในปี 2019-2020 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งจากครัวเรือนที่เล็กลง การขยายตัวของเมืองและไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ การขยายตัวของนักท่องเที่ยวยังช่วยสนับสนุนการเติบโตของร้านอาหาร แต่แนวโน้มการแข่งขันจะรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะการขยายสาขาของเชนร้านอาหารต่าง ๆ ขณะเดียวกัน มีผู้เล่นรายใหม่ ๆ เข้ามาแข่งขันมากขึ้น ซึ่งต้องจับตามองร้านอาหาร Asian โดยเฉพาะอาหารญี่ปุ่นและร้าน Café อย่างร้านกาแฟที่มีแนวโน้มแข่งขันรุนแรง

แนวโน้มในระยะต่อไปผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับเทรนด์การเติบโตของร้านอาหารรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ความนิยมร้านประเภท Fast Casual รวมถึงการให้ความสำคัญกับ Foodie influencer และแพลตฟอร์มค้นหาร้านอาหาร ตลอดจนเพิ่มช่องทาง delivery ที่ได้รับความนิยม

นิยมมากขึ้น แม้ว่าธุรกิจร้านอาหารยังเติบโตได้ต่อเนื่องแต่ยังมีผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จและเลิกกิจการเป็นจำนวนมากไม่น้อย ดังนั้น การจะเข้ามาในธุรกิจนี้ต้องมีความระมัดระวังพิจารณาเลือกทำเลที่เหมาะสม เน้นคุณภาพและบริการ สร้างความแตกต่างและที่สำคัญคือการบริหารจัดการต้นทุน ตลอดจนสร้างความผูกพันกับลูกค้าซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว

ภาพรวมธุรกิจร้านอาหารและภาวะการแข่งขัน

ธุรกิจร้านอาหารยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องโดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทั้งจากครัวเรือนที่มีขนาดเล็กลง และการปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ทั้งนี้ แม้ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจะเห็นการชะลอตัวของการบริโภคจากรายได้ครัวเรือนที่ยังไม่ฟื้นตัวมากนัก อีกทั้งรายได้ภาคเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ แต่จากข้อมูลของ Euromonitor พบว่ายอดขายธุรกิจบริการอาหาร (Food service) [1] ของไทยยังเติบโตได้ต่อเนื่องที่ 4% ต่อปีในช่วงปี 2013-2018 ซึ่งสูงกว่าการเติบโตของการบริโภคภาคเอกชนที่เติบโตเฉลี่ยราว 2.4% ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน ส่งผลให้มูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ราว 8.8 แสนล้านบาทในปี 2018 ทั้งนี้อีไอซีคาดการณ์ธุรกิจบริการอาหารยังมีแนวโน้มเติบโตได้ต่อเนื่องที่ราว 4-5% ในช่วงปี 2019-2020 โดยปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่ครัว

เรือนมีขนาดเล็กลงและต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น รวมถึงการขยายตัวของเมือง (urbanization) ที่เกิดขึ้นพร้อมกับการขยายตัวของศูนย์การค้าใหม่ ๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาทานอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารสำเร็จรูปมาทานที่บ้านมากขึ้น สะท้อนได้จากข้อมูลการสำรวจการใช้จ่ายของครัวเรือนไทยในด้านอาหารของสำนักงานสถิติแห่งชาติจะพบว่าครัวเรือนไทยมีการใช้จ่ายทานอาหารนอกบ้านหรือซื้ออาหารสำเร็จรูปมาทานในบ้านเพิ่มขึ้นราว 3% ต่อปีในช่วงปี 2009-2018 เทียบกับการใช้จ่ายในการปรุงอาหารเองที่บ้านที่เติบโตเพียง 1% ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน สอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมบริโภคของไทยที่จัดทำโดย EIC ในปี 2017 ซึ่งพบว่า 68% ของผู้ตอบแบบสำรวจทำกิจกรรมนอกบ้านมากขึ้น โดยการทานอาหารนอกบ้านเป็นกิจกรรมที่นิยมทำมากที่สุดถึงราว 65% อีกทั้ง 76% ของผู้บริโภคยังมีการใช้จ่ายนอกบ้านมากขึ้น นอกจากปัจจัยสนับสนุนจากผู้บริโภคในประเทศแล้ว การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงที่ผ่านมา ยังมีส่วนช่วยผลักดันยอดขายร้านอาหารให้เติบโตได้ดีแม้ในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว ทั้งนี้จากข้อมูลการใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงปี 2013-2017 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องที่ราว 5% ต่อปีหรืออยู่ที่ราว 10,568 บาทต่อคนต่อทริป สะท้อนถึงโอกาสสำหรับธุรกิจร้านอาหารที่ยังเติบโตได้อีกมาก โดยเฉพาะตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ (มีต่อ)



EIC ธนาคารไทยพาณิชย์

: ส่องเทรนด์ธุรกิจร้านอาหาร...ยังนำลงทุนอยู่หรือไม่?



การเติบโตของร้านอาหารเป็นผลจากการขยายตัวของกลุ่มร้านอาหารที่มีสาขา (chained restaurant) เป็นหลัก จากข้อมูลของ Euromonitor ในช่วงปี 2012-2018 พบว่ายอดขายร้านอาหารประเภท เซน ของไทยขยายตัวต่อเนื่องที่ราว 9% ต่อปี ขณะที่ การขยายสาขาเติบโตราว 8% โดยส่วนใหญ่เป็นการขยายสาขาไปตามพื้นที่ค้าปลีกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเติบโตสูงกว่าร้านอาหารที่ไม่มีสาขา (non-chained restaurant) ซึ่งยอดขายและจำนวนร้านค้าขยายตัวเพียงราว 4% และ 2% ต่อปีตามลำดับ ทั้งนี้ถ้าดูประเภทของร้านอาหารจะพบว่าแนวโน้มร้านที่จำกัดการให้บริการ (limited service) อย่างเช่นรูปแบบที่ไปสั่งอาหารที่เคาน์เตอร์และลูกค้าบริการตัวเองหรือบางแห่งอาจมีพนักงานมาเสิร์ฟที่โต๊ะเป็นรูปแบบที่ขยายตัวดีเนื่องจากตอบโจทย์ทั้งความเร็ว ลดจำนวนพนักงานและทำให้จำนวนรอบหมุนเวียนโต๊ะอาหารเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการหันมาพัฒนาร้านอาหารในรูปแบบนี้มากขึ้น ซึ่งแต่เดิมส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหาร fast food ประเภทเบอร์เกอร์ แต่ในปัจจุบันร้านอาหารประเภทอื่น ๆ ได้มีการพัฒนารูปแบบร้านในลักษณะนี้มากขึ้น อาทิ ร้าน

อาหารญี่ปุ่น ร้านขนมเบเกอรี่ ซึ่งแนวโน้มการแข่งขันจะยิ่งรุนแรงขึ้นจากการที่มีผู้เล่นรายใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันมากขึ้น

จับตามองผู้ประกอบการในกลุ่มอาหารประเภท Asian ที่แข่งขันรุนแรงรวมถึงแนวโน้ม

จับตลาดพรีเมียมมากขึ้น จากความนิยมในร้านอาหารญี่ปุ่นและเกาหลี ส่งผลให้มีการขยายสาขาของเซ่นร้านอาหารประเภทดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวตามการเปิดศูนย์การค้าต่าง ๆ ขณะเดียวกัน ยังมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดร้านอาหาร Asian เพิ่มขึ้น ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจึงส่งผลให้แนวโน้มยอดขายต่อสาขาของร้านอาหาร Asian โดยรวมมีแนวโน้มชะลอตัวลงโดยเฉพาะในกลุ่มเซ่น โตเพียงราว 2% ต่อปีในช่วงปี 2012-2018 เนื่องจากมีการขยายสาขาร้านอาหารค่อนข้างเร็ว อีกทั้งส่วนใหญ่ยังเน้นเจาะตลาด mass ที่ยังต้องแข่งขันด้านราคาค่อนข้างมาก ขณะเดียวกัน ร้านอาหาร Asian ที่เข้ามาแข่งขันยังมีความหลากหลายของประเภทอาหาร ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น โดยกลุ่มที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ ได้แก่ Sushi, Ramen, Izakaya, Shabu และ Yakiniiku นอกจากนี้ เทรนด์ที่น่าจับตามองคือผู้ประกอบการมีแนวโน้มพัฒนารูปแบบของร้านอาหารที่พรีเมียมมากขึ้นโดยเน้นจับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูงอย่างเช่น Omakase ที่จะเน้นวัตถุดิบชั้นดีโดยเชฟจะเป็นผู้รังสรรค์เมนู ทำให้

สามารถคิดราคาค่าบริการที่สูงมากขึ้นได้

ร้านคาเฟ่ (Café) เป็นอีกหนึ่งตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัวเร็ว โดยเฉพาะร้านกาแฟและชาไข่มุกซึ่งมีการแข่งขันกันหลาย segment ขณะเดียวกัน มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาแข่งขันมากขึ้น จากกระแสมือถือของผู้บริโภคที่ยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่งผลให้ร้านกาแฟโดยเฉพาะกลุ่มเซ่นของไทยเติบโตถึงราว 20% ต่อปีในช่วงปี 2012-2018 จากการขยายสาขาของแบรนด์ขนาดใหญ่ ซึ่งหลายแบรนด์ใช้กลยุทธ์ในการขยายสาขารูปแบบแฟรนไชส์ทำให้สามารถขยายได้เร็วและกระจายตัวไปในหลากหลายพื้นที่ นอกจากนี้ อีกกลยุทธ์ที่น่าสนใจคือผู้ประกอบการบางรายมีการกระจาย segment เพื่อเจาะลูกค้าหลายกลุ่ม โดยแตกแบรนด์ออกมาเป็นกลุ่ม mass และพรีเมียมเพื่อตอบโจทย์ความต้องการในแต่ละทำเลได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ร้านกาแฟที่มีแนวโน้มเติบโตสูงแล้ว ตลาดชาไข่มุกเป็นอีกธุรกิจที่น่าจับตามองจากกระแสความนิยมที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีผู้เล่นรายใหม่ๆ เข้ามาแข่งขันในตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคงต้องจับตามองเทรนด์การดื่มชาไข่มุกของผู้บริโภคที่มีโอกาสเป็นกระแสความนิยมในระยะสั้น อีกทั้งยังเป็นกลุ่มเครื่องดื่มที่ไม่มี brand loyalty มากนัก ดังนั้นคงต้องจับตามองการแข่งขันในระยะต่อไปซึ่งหากผู้ประกอบการยังไม่มีจุดแข็งของแบรนด์หรือสร้างความแตกต่างมีโอกาสที่จะไม่สามารถอยู่รอดในตลาดได้ในระยะยาว (มีต่อ)

EIC ธนาคารไทยพาณิชย์

: ส่องเทรนด์ธุรกิจร้านอาหาร...ยังนำลงทุนอยู่หรือไม่?



ขณะที่ ธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มแข่งขันรุนแรงขึ้น อีกหนึ่งคู่แข่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้ามคือ grocery store ที่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดร้านอาหารไปบางส่วน โดยในปัจจุบัน grocery store โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อมีแนวโน้มเพิ่มสัดส่วนของอาหารพร้อมทานซึ่งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน มีการพัฒนาบริการรูปแบบใหม่ ๆ อย่างเช่นการเพิ่มโซนรับประทานอาหารโดยเพิ่มบริการอาหารปรุงสดรวมถึงมุกกาแฟให้บริการซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคที่เร่งรีบได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้จากข้อมูลของ Euromonitor พบว่ายอดขายของร้านสะดวกซื้อในไทยที่เป็นรายได้ในส่วนของการให้บริการอาหารมีแนวโน้มขยายตัวถึงราว 14% ต่อปีในช่วงปี 2013-2018 ซึ่งเติบโตเร็วกว่ายอดขายของร้านอาหารประเภทเบอร์เกอร์ที่เติบโตราว 11% ต่อปีในช่วงเวลาเดียวกัน สะท้อนให้เห็นว่าร้านสะดวกซื้อสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี จากการนำเสนออาหารสำเร็จรูปที่มีให้เลือกหลายตั้งแต่แซนวิชไปจนถึงข้าวผัดกระเพรา หรือเมนูขนมหวานต่าง ๆ

เห็นได้จากสัดส่วนสินค้าประเภทอาหารของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อรายหลัก ๆ ที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องอยู่ที่ราว 50-70% ของสินค้าทั้งหมด ขณะเดียวกัน ซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นอีกหนึ่งคู่แข่งสำคัญของร้านอาหารจากแนวโน้มการพัฒนาแบบการให้บริการโดยนำเอาร้านอาหารเข้ามาไว้ใน grocery store หรือที่เรียกว่า Grocerant ซึ่งมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น โดยบางแห่งจะมีจุดขายอยู่ที่ลูกค้าสามารถเลือกสรรวัตถุดิบเองจากตู้แช่และนำมาให้ทางร้านปรุงให้ซึ่งเป็นจุดขายอย่างหนึ่งที่ได้รับการตอบรับที่ดี

กระแสธุรกิจร้านอาหารที่น่าจับตามอง

Fast casual เป็นรูปแบบที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความรวดเร็ว ขณะเดียวกันยังต้องการเน้นคุณภาพอาหารควบคู่ไปด้วย ร้านอาหารประเภท fast casual ซึ่งเป็นรูปแบบที่ผสมผสานระหว่าง fast food ซึ่งเน้นความรวดเร็วกับ casual dining ซึ่งเน้นคุณภาพ

บรรยากาศร้านและเมนูมีความหลากหลาย เป็นรูปแบบที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นทั่วโลก จากสถิติธุรกิจร้านอาหารประเภทต่าง ๆ ในสหรัฐฯ จะพบว่า fast casual มีแนวโน้มขยายตัวเร็วกว่า fast food โดยทั่วไป โดยล่าสุดในปี 2016 ขยายตัวราว 8% เทียบกับร้านประเภท fast food ที่ขยายตัว 4% นอกจากนี้ fast casual ค่อนข้างมีความหลากหลายครอบคลุมอาหารนานาชาติอย่างเช่นในสหรัฐฯ ส่วนใหญ่จะเป็นร้าน ประเภท แซนวิช อาหารเม็กซิกัน และเบเกอรี่ โดย Shake Shack เป็นตัวอย่างของร้านอาหาร fast casual ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากด้วยยอดขายที่เติบโตต่อเนื่อง โดยในปี 2016 ยอดขายเติบโตถึงราว 40% เนื่องจากขายอาหารประเภทเบอร์เกอร์และแซนวิชที่มีคุณภาพด้วยราคาที่ต่ำกว่าเบอร์เกอร์พรีเมียมของร้าน fast food ทั่วไปราว 1-5 ดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคสามารถเลือกส่วนผสมของเมนูตามที่ต้องการได้อีกด้วย (customization) ทั้งนี้รูปแบบ fast casual มีแนวโน้มจะได้รับความนิยมมากขึ้นในไทยเนื่องจากตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่เร่งรีบแต่ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคไทยช่างเลือกและให้ความสำคัญกับคุณภาพและใส่ใจสุขภาพมากขึ้น แต่ประเภทอาหารที่น่าจะตอบโจทย์กับพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยน่าจะเป็นกลุ่มอาหาร Asian และเบเกอรี่เป็นหลัก อย่างไรก็ตาม แม้ fast casual จะได้รับความนิยมมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการควรต้องเลือกทำเลให้ตอบโจทย์โดยอาจจะเน้นทำเลออฟฟิศหรือสถานศึกษาที่ต้องการความสะดวก (มีต่อ)



EIC ธนาคารไทยพาณิชย์

: ส่องเทรนด์ธุรกิจร้านอาหาร...ยังนำลงทุนอยู่หรือไม่?

รวดเร็วโดยจุดเด่นที่อาหารจานเร็วและมีคุณภาพ

ผู้บริโภคยุคใหม่มองหาร้านอาหารที่ไม่ได้ตอบโจทย์แค่การทานอาหาร แต่ต้องการให้ร้านอาหารช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภคด้วย เนื่องจากผู้บริโภคยุคใหม่ช่างเลือกและมองหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งการออกไปทานอาหารนอกบ้านเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ช่วยสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค ดังนั้นนอกเหนือจากรสชาติอาหารที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกแล้ว บรรยากาศแปลกใหม่นับเป็นจุดขายสำคัญสำหรับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารในยุคนี้ ตัวอย่างเช่นรูปแบบร้านอาหารประเภท Plant based หรือ local ingredient โดยรอบร้านจะเป็นสวนผัก/ผลไม้ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกเด็ดวัตถุดิบจากต้นและเลือกวัตถุดิบที่ต้องการในเมนูได้ หรือร้านอาหารที่ให้ลูกค้าทานอยู่ในความมืด (Dine in the dark) เพื่อให้ได้ประสบการณ์ใช้ประสาทสัมผัสในการคาดเดาเมนูอาหาร นอกจากนี้ กระแสการท่องเที่ยวเชิง Food Experience ส่งผลให้เกิดความนิยมในการไปตระเวนชิมร้านอาหาร local ที่มีชื่อเสียง อาทิ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในเมนูเฉพาะอย่าง รวมถึง street food ต่าง ๆ ซึ่งมีแนวโน้มได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

Foodie influencer และแพลตฟอร์มที่ใช้ค้นหาร้านอาหารมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในยุคนี้ ทั้งนี้จากผลสำรวจของอีไอซีเกี่ยวกับสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าไปใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคจะพบ

ว่า 58% ของผู้ตอบแบบสำรวจตอบว่าโซเชียลมีเดียและรีวิวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ รองลงมาคือการบอกต่อที่ 23% และ 9% ผ่านการโฆษณาในสื่อ สะท้อนให้เห็นว่าบทบาทของ Foodie influencer มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากขึ้นเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ช่างเลือกและติดโซเชียลมีเดีย จึงมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับรีวิวร้านอาหารทั้งในแง่คุณภาพและบริการ ซึ่งแพลตฟอร์มที่รวบรวมร้านอาหารและมีรีวิวต่าง ๆ รวมถึงการมีโปรโมชั่นส่วนลดเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เช่นเดียวกับโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook และ Instagram ที่เป็นช่องทางสำคัญที่ร้านอาหารต่าง ๆ ใช้ในการโปรโมทร้านให้เป็นที่รู้จัก

แม้ว่าผู้บริโภคจะนิยมทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น แต่แนวโน้มการสั่งอาหารออนไลน์ยังเป็นอีกช่องทางสำคัญที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม สะท้อนได้จากมูลค่าตลาด food delivery ที่ขยายตัวต่อเนื่องถึงราว 10% ต่อปีในช่วงปี 2013-2018 โดยมีปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากการที่ผู้บริโภคเข้าถึงเทคโนโลยีและใช้งานมือถืออย่างแพร่หลายมากขึ้น ขณะเดียวกัน มีการแข่งขันกันพัฒนาแอปพลิเคชันส่งอาหารกันมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันบางแพลตฟอร์มอย่างเช่น Line Man มี active user มากกว่า 3 ล้านรายสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย ส่งผลให้มีผู้เล่นหน้าใหม่ที่เข้ามาแข่งขันในตลาด food delivery กันอย่างดุเดือด ซึ่งส่วนใหญ่จะแข่งขันที่จำนวนร้านอาหารบนแพลตฟอร์มที่ต้องมีความหลากหลายเพื่อดึงให้มีผู้เข้ามา

ใช้บริการมากที่สุดรวมถึงบริการที่รวดเร็วและราคาต่ำส่งที่ถูกลงกว่าเดิมเพื่อให้มีคนมาใช้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจึงไม่ควรมองข้ามความสำคัญของการมีช่องทาง delivery ควบคู่กันด้วยซึ่งจะช่วยเพิ่มยอดขายอีกช่องทางหนึ่ง โดยเฉพาะในศูนย์การค้าที่มีพื้นที่ค้าปลีกจำกัดและมีอัตราค่าเช่าพื้นที่แพง การมีช่องทาง delivery จะช่วยเสริมให้ใช้พื้นที่ค้าปลีกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ธุรกิจร้านอาหารยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมากส่งผลให้มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาทำธุรกิจอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นส่งผลให้มีผู้ประกอบการที่เลิกกิจการไปเป็นจำนวนไม่น้อยเช่นกัน จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในปี 2018 พบว่าธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารเป็นกลุ่มที่มีการจัดตั้งใหม่สูงสุดเป็นอันดับที่ 3 ที่ 2,058 รายหรือคิดเป็นสัดส่วนราว 3% ของจำนวนธุรกิจที่จัดตั้งใหม่ทั้งหมดในปี 2018 แต่ขณะเดียวกัน ร้านอาหารยังเป็นธุรกิจที่มีการเลิกกิจการสูงที่สุดเป็นอันดับ 3 เช่นเดียวกันโดยในปี 2018 มีจำนวน 566 รายหรือคิดเป็นสัดส่วนราว 2% ของธุรกิจที่เลิกกิจการทั้งหมด ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้จึงต้องมีความระมัดระวังพิจารณาเลือกทำเลที่เหมาะสม เน้นคุณภาพและบริการ ขณะเดียวกัน ต้องหาจุดขายที่สร้างความแตกต่าง และที่สำคัญคือการบริหารจัดการต้นทุนและสร้างความผูกพันของลูกค้าซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว



แม่ดน้อย ภาคพิสดาร

ส่งสัญญาณ

แม่ดน้อย ภาคพิสดาร วันนี้ นักลงทุนทั้งหลายคงใจจดใจจ่อกับการแถลงของธนาคารกลางยุโรป (ECB) ว่าจะออกมาเป็นอย่างไร แต่ถ้าให้แม่ดน้อยลองเดา เราอาจเห็น ECB ส่งสัญญาณผ่อนคลายนโยบายการเงินก็ว่าได้ หลังตัวเลขเศรษฐกิจในยุโรปมีความอ่อนแอ

โดยตัวเลขดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing PMI) เดือนก.ค.ของเยอรมัน ลดลงเหลือ 43.1 จาก 45 ต่ำสุดในรอบ 7 ปี และต่ำกว่าประมาณการที่แย่ที่สุดที่มีการคาดการณ์ ขณะที่ ตัวเลข Manufacturing PMI ของยูโรโซน ก.ค. ปรับลดเหลือ 46.4 จาก 47.6 (ต่ำกว่าที่ตลาดคาดว่าจะอยู่ในช่วง 47-48.5) และต่ำสุดนับจาก ต.ค.55 เป็นต้นมา

ด้านเฟดที่รอประชุม 30-31 ก.ค.นี้ ก็ยังต้องรอลุ้นต่อไป แต่ดูแล้วอาจเห็นการปรับลดอัตราดอกเบี้ยด้วยเช่นกัน

วานนี้ดัชนีตลาดปิดที่ระดับ 1,730.90 จุด เพิ่มขึ้น 5.46 จุด หรือ 0.32% มูลค่าการซื้อขาย 58,956.10 ล้านบาท สรุปสถาบันในประเทศซื้อสุทธิ 320.31 ล้านบาท บัญชีบริษัทหลักทรัพย์ซื้อสุทธิ 605.60 ล้านบาท นักลงทุนต่างประเทศซื้อสุทธิ 1,301.60 ล้านบาท นักลงทุนทั่วไปในประเทศขายสุทธิ 2,227.52 ล้านบาท

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จับมือกรมสรรพากร ให้บริการรับชำระอากรแสตมป์ทางอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับตราสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีบริษัท ฟินเน็ต อินโนเวชั่น เน็ตเวิร์ค จำกัด (FinNet) บริษัทย่อยของตลาดหลักทรัพย์ฯ เป็นผู้ให้บริการรายแรก เริ่มเปิดให้บริการสำหรับธุรกรรม 3 ประเภท ได้แก่ การมอบฉันทะเข้าประชุมผู้ถือหุ้น การเปิดบัญชีซื้อขายหลักทรัพย์ และการกู้ยืมเงินเพื่อการซื้อขายหลักทรัพย์ พร้อมขยายไปยังธุรกรรมทุกประเภทในปี 2563

CPF ชูแนวคิดในการสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Start Up) ในด้านร้านอาหาร มุ่งสานฝันและให้โอกาสคนรุ่นใหม่ได้เติบโตร่วมกับบริษัท โดยประเดิมหนุนกลุ่ม Dak Galbi สร้างสรรค์ร้านอาหารแบรนด์ใหม่ “Wok Station” เอเชียันสตรีทฟู้ด เสริมทั้งความอร่อยและความสนุก ผ่านเทคโนโลยีบริหารร้านแบบจัดเต็ม

III จับมือ “เทเลพอร์ต” ลงนามความร่วมมือ ปูทางก่อตั้งบริษัทร่วมทุน ด้านบริการขนส่งสินค้าทางอากาศและโลจิสติกส์รูปแบบใหม่ในไทย! ภายใน 1

มกราคม 2563 ด้าน “นายทิพย์ ดาลาล” บิ๊กบอส III เชื่อมั่นว่าการร่วมมือกันในครั้งนี้ จะเป็นการผสานจุดแข็งและความเชี่ยวชาญ ของพันธมิตรทั้งสามฝ่าย และเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่แข็งแกร่งและยั่งยืน ก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านการขนส่งสินค้าทางอากาศในระดับภูมิภาค



ขอแสดงความยินดีกับ **BGRIM** ที่คว้าหุ้นยั่งยืน ESG 100 ต่อเนื่อง 2 ปีซ้อน โดย BGRIM ได้รับคัดเลือกเป็น 1 ใน 100 บริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance - ESG) ในกลุ่มทรัพยากร (Resource) ซึ่งประเมินจากข้อมูลด้านความยั่งยืนของหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรวม

จำนวน 771 บริษัท/กองทุน/ทรัสต์เพื่อการลงทุน

บล.ไทยพาณิชย์ เปิดเสนอขายกองทุนเทอมฟันด์ 2 กองทุน ได้แก่ กองทุนเปิด SCB Easy 3M1 (SCBEZ3M1) และกองทุนเปิด SCB Easy 1Y1 (SCBEZ1Y1) เน้นลงทุนในตราสารหนี้ต่างประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 มีอายุโครงการ 3 เดือน และ 1 ปี ตามลำดับ มูลค่าโครงการกองทุนละ 15,000 ล้านบาท สามารถซื้อกองทุนได้ง่ายๆ ผ่านเฉพาะแอปพลิเคชัน SCB EASY ได้ตั้งแต่วันที่ - 5 สิงหาคม 2562 นี้เท่านั้น ด้วยเงินลงทุนขั้นต่ำเพียง 1,000 บาท โดยจำกัดยอดเงินลงทุนสูงสุดไม่เกิน 1 ล้านบาทต่อกองทุน

เฮีย “จอมทรัพย์ โลจายะ” หัวเรือใหญ่ **SUPER** ส่งชิกมา ปีนี้คาดโกยรายได้ 6 พันลบ. พร้อมวางแผนผลงานปี 62-65 โตไม่ต่ำกว่า 25% ต่อปี เผย Q3/62 ลุย COD โรงไฟฟ้าในเวียดนามอีก 50 MW จ่อปิดโวลต์เพิ่ม 300 MW เตรียมนำเงินที่ได้จากตั้งกองทุนSUPEREIF ขยายพอร์ตโรงไฟฟ้าต่อเนื่อง ตั้งเป้าขยายเพิ่ม 400-500 MW คาดโรงไฟฟ้าขยะที่จ.พิจิตร ขนาด 10 MW จ่ายไฟปลายปีนี้ พร้อมเร่งสร้างอีก 40-50 MWวางแผนระยะ 1-2 ปีนี้ ลุยโรงไฟฟ้าแคว-ลุ่ม เพิ่ม 2-3 ประเทศ เล็งมาเลเซีย-ฟิลิปปินส์-อินโดฯ พร้อม ตั้งธงในใจ ขยายพอร์ตโรงไฟฟ้าทั่วอาเซียน ระบุขอเป็นหนึ่งในผู้เล่นที่ใหญ่ในอาเซียน ชัยนัฒมาหากินขนาดนี้เป้าที่วางไว้คงไม่ไกลเกินเอื้อม

COM7 ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอทีและสมาร์ตโฟนรายใหญ่ของประเทศไทย นำทัพโดย Studio7 และ BaNANA ยกทัพสินค้าไอที Smartphone, Computer, Notebook และ Gadget ต่างๆ จัดงาน BIG BONUS Sale up 70% พร้อมสิทธิพิเศษอีกมากมาย ตั้งแต่วันที่ 30 ก.ค. - 6 ส.ค. 62 นี้ เวลา 10.00 - 22.00 น. ณ Mega Bangna ชั้น 1 โซน Fashion Galleria



บริษัทหลักทรัพย์แนะนำ

บล.เมย์แบงก์ กิมเอ็ง : **GPSC** แนะนำ ซื้อ ราคาพื้นฐาน ที่ 78.50 บ.

บล.เมย์แบงก์ กิมเอ็ง : **SPA** แนะนำ ซื้อ ราคาพื้นฐาน ที่ 15.80 บ.

บล.เมย์แบงก์ กิมเอ็ง : **GLOBAL** แนะนำ ซื้อเก็งกำไร ราคาพื้นฐาน ที่ 18.50 บ.

บล.เมย์แบงก์ กิมเอ็ง : **SABINA** แนะนำ ซื้อ ราคาพื้นฐาน ที่ 36.00 บ.

บล.เคจีไอ : **TCAP** แนะนำ ถือ ราคาพื้นฐาน ที่ 61.00 บ.

บล.เคจีไอ : **SCCC** แนะนำ ซื้อ ราคาพื้นฐาน ที่ 280.00 บ.

บล.ดีบีเอสวิเคอร์ส : **CHG** แนะนำ ซื้อ ราคาพื้นฐาน ที่ 2.70 บ.

บล.ดีบีเอสวิเคอร์ส : **ASIAN** แนะนำ เต็มมูลค่า ราคาพื้นฐาน 6.20 บ.

บล.ฟิลลิป : **EASTW** แนะนำ ทயอยซื้อ ราคาพื้นฐาน ที่ 13.60 บ.

บล.ฟิลลิป : **KKP** แนะนำ ซื้อ ราคาพื้นฐาน ที่ 81.00 บ.



สำหรับ PT
เราไม่ได้หยุดอยู่แค่การให้บริการด้านพลังงาน
แต่ทุกที่ทั่วไทย PT จะไปถึง
เพื่อเป็นที่หนึ่งในใจคนไทยทั่วประเทศ

“บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน)”



Aeroklas เร่งพัฒนากลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์ตกแต่งยานยนต์ในออสเตรเลีย พร้อมป็น TJM กลับมาเป็นเบอร์ 1 อีกครั้ง



ออสเตรเลียประเทศที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่เป็นลำดับที่ 6 ของโลก หรือ ประมาณ 7.7 ล้านตารางกิโลเมตร มีประชากรคนประมาณ 25 ล้านคน แต่มีประชากรจึงใจกว่า 45 ล้านตัว ด้วยสภาพอากาศอบอุ่น มีแดดจัด จึงทำให้ชาวออสซี่นิยมใช้ชีวิตกลางแจ้ง โดยใช้เวลาส่วนใหญกับการพักผ่อนตามชายหาด สวนสาธารณะ และการเล่นกีฬาต่างๆ อีกกิจกรรมที่น่าสนใจคือ การท่องเที่ยวแบบออฟโรด ซึ่งต้องใช้ยานพาหนะสมรรถภาพดีพร้อมคนออสซี่จึงนิยมตกแต่งยานยนต์แต่อีกเหตุผลสำคัญของการตกแต่งยานยนต์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดตั้งกันชนเหล็กเพื่อใช้ป้องกันอุบัติเหตุบนท้องถนนจากจิ้งจอกที่มีเป็นจำนวนมากนั่นเอง

หนึ่งในผู้ประกอบการไทย บริษัท อีสเทิร์นโพลีเมอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ EPG ได้ส่งบริษัทย่อย บริษัท แอร์โรคลาส จำกัด (Aeroklas) เข้ามาบุกเบิกธุรกิจในประเทศออสเตรเลีย และได้ซื้อกิจการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์ตกแต่งยานยนต์ในประเทศออสเตรเลีย 2 แห่ง ได้แก่ TJM Products Pty.Ltd. (TJM) และ Flexiglass Challenge Pty.Ltd (Flexiglass)

คุณสุภาวดี วิศวกรประณี กรรณการผู้จัดการ TJM เปิดเผยถึงการเริ่มธุรกิจในประเทศออสเตรเลียว่า Aeroklas เริ่มบุกเบิกธุรกิจที่เมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย เมื่อปี 2012 โดยนำผลิตภัณฑ์หลังคาถาดกระบะ (Canopy) เข้ามาทำตลาดในช่วงแรก แต่แบรนด์ Aeroklas ในประเทศออสเตรเลียเป็นที่รู้จักในวงจำกัด Aeroklas ได้เฝ้ามองธุรกิจ TJM มาประมาณ 2 ปี เห็นว่า แบรนด์ TJM มีชื่อเสียงเรื่องอุปกรณ์ตกแต่งยานยนต์ประเภท 4WD กว่า 40 ปี อีกทั้งยังเคยบริษัทแรก และเป็นเบอร์ 1 ในธุรกิจนี้ แต่ภายหลังได้ขายกิจการให้ CMI Limited ซึ่งทำธุรกิจต่อมาอีก 18 ปี ก่อนตัดสินใจขายกิจการและไปทำธุรกิจที่ตนเองถนัด Aeroklas จึงเห็นโอกาสและเข้าซื้อกิจการ TJM เมื่อปี 2015 หวังปั้นช่องทางการจำหน่ายในประเทศออสเตรเลีย และสร้าง Synergy ให้กับธุรกิจของ Aeroklas





การทำธุรกิจ TJM ในช่วงแรกนับเป็นความท้าทายอย่างมาก แม้ว่าจะมีประสบการณ์จากการทำธุรกิจผลิตและจำหน่ายชิ้นส่วนอุปกรณ์ตกแต่งยานยนต์ Aeroklas มานานแต่การทำธุรกิจในประเทศออสเตรเลียไม่ใช่เรื่องง่าย ครั้งแรกที่เข้ามาทำงานกับ TJM เราได้ประกาศนโยบายว่า **“จะพลิกฟื้นกิจการ TJM ให้กลับมาเป็นเบอร์ 1 ในประเทศออสเตรเลียอีกครั้ง”** การดำเนินงานที่ผ่านมาเราได้ปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ รวมถึงรองรับพฤติกรรมของลูกค้าในโลกดิจิทัลไปพร้อมกับการสร้างกำลังใจให้กับ Franchisee ได้ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรให้ทำงานแบบ Global ที่สามารถทำงานร่วมกันได้ทั้งแบบตะวันตกและตะวันออก มีการลงทุนสร้างสาขาร้านค้า มีการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยมาใช้งาน และได้แก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงานหลายเรื่อง รวมถึง สร้างให้เกิดการยอมรับและภักดีกับสินค้าของ TJM โดยภาพรวมประเมินได้นับจากที่ได้ซื้อกิจการ TJM 4 ปีที่ผ่านมา TJM มียอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องแต่ก็มีค่าใช้จ่ายที่โตตามไปด้วย จากการปรับปรุงซ่อมแซมและเสริมศักยภาพมาจนถึงปีนี้เราทำได้ 80% แล้ว ที่เหลือก็เป็นการซ่อมแซมบางจุดและควบคุมค่าใช้จ่ายให้เป็นไปตามแผน ปัจจุบัน TJM มีช่องทางการจัดจำหน่ายประมาณ 99 แห่งทั่วประเทศออสเตรเลีย เป็นสาขาร้านค้า 3 แห่ง ตั้งอยู่ที่ บริสเบน 1 แห่ง และ เพิร์ท 2 แห่ง และร้านค้าภายใต้แบรนด์ TJM 60 แห่ง จากเดิม TJM ไม่มีสาขาร้านค้าของตนเอง จึงสร้างต้นแบบร้านค้า TJM แห่งแรกขึ้นที่ เพิร์ท เมืองหลวงของรัฐเวสเทิร์นออสเตรเลีย ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าในแถบรัฐเวสเทิร์นออสเตรเลียได้เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว



อีกหนึ่งธุรกิจคือ Flexiglass ผู้จำหน่ายสินค้าประเภทตกแต่งรถกระบะ 2WD และรถกระบะที่ใช้งานในเมือง Flexiglass ประกอบด้วยแบรนด์สินค้าเก่าแก่ 2 แบรนด์ ได้แก่ แบรนด์ Flexiglass โดยในปี 1956 เป็นบริษัทแรกที่ออกแบบหลังคากระบะไฟเบอร์กลาส และ แบรนด์ Bocar ซึ่งเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านการออกแบบกันชนอลูมิเนียมให้กับกลุ่มลูกค้า Original Equipment Manufacturer (OEM) และ Aftermarket รวมถึงการออกแบบท้ายกระบะอลูมิเนียมภายใต้แบรนด์ Bocar สู่ตลาด Aftermarket ปัจจุบัน Flexiglass มีร้านสาขา 5 แห่ง และช่องทางการจัดจำหน่ายกว่า 100 แห่ง ธุรกิจนี้มีส่วนสำคัญที่จะช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในประเทศออสเตรเลีย

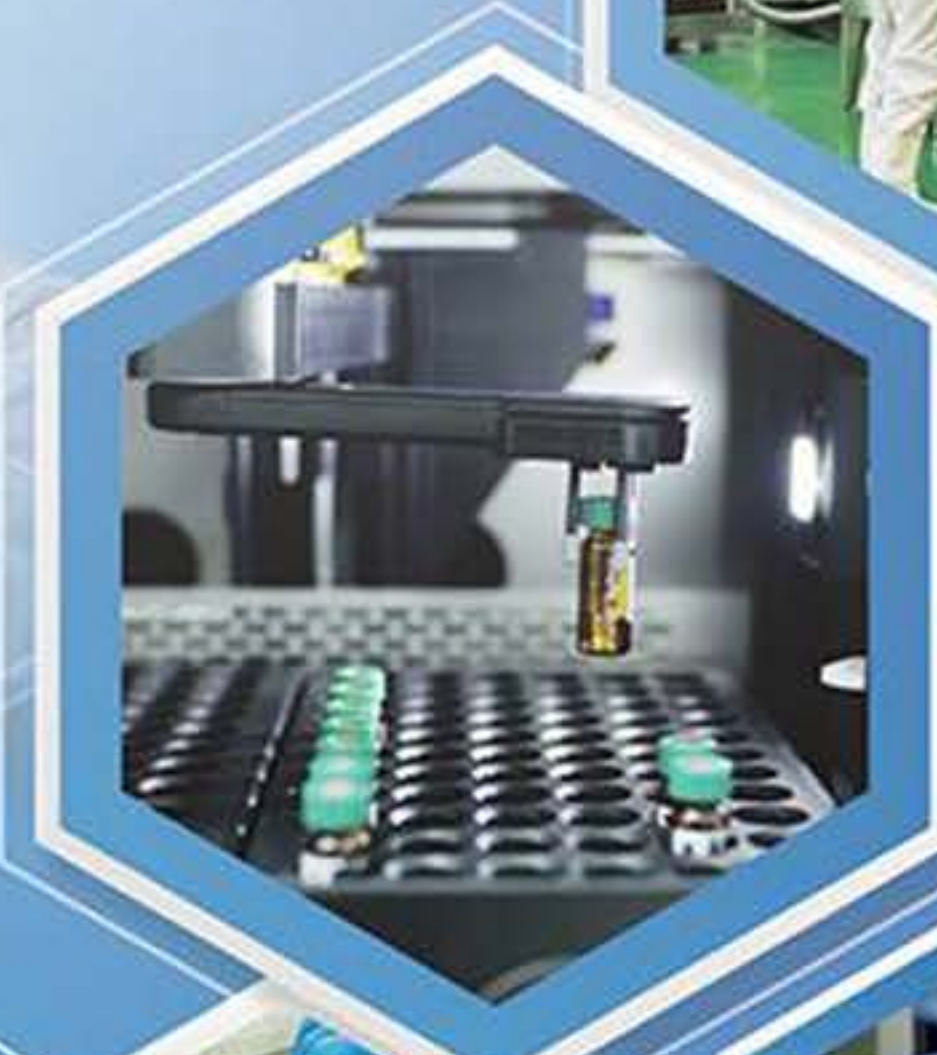
สำหรับธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์ตกแต่งยานยนต์ในประเทศออสเตรเลียคาดว่าจะยังเติบโตได้ เพราะเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อรูปแบบการใช้ชีวิตของคนออสซี่ที่ต้องการความปลอดภัยในการขับขี่ และความต้องการสินค้าจาก กลุ่มอุตสาหกรรมเหมืองที่ต้องการใช้ยานพาหนะที่ทนทานเหมาะกับพื้นที่การใช้งาน

การดำเนินงานต่อจากนี้ จะสร้างให้ TJM เป็น “One - stop shop” รองรับความต้องการของลูกค้าพร้อมให้บริการแบบครบวงจร และเร่งให้เกิด Synergy ของกลุ่มธุรกิจทั้งหมดของ AEROKLAS เช่น การขยายฐานลูกค้า การจัดหาสินค้า และ ลดต้นทุนการผลิตสินค้าและประกอบสินค้าบางอย่างในประเทศออสเตรเลีย โดยย้ายมาใช้ฐานการผลิตในประเทศไทย ซึ่งโรงงานใหม่ของ AEROKLAS คาดว่าจะสามารถดำเนินการได้ประมาณปลายปี 2019 คุณสุภาวดี กล่าว



บริษัท ดีโอดี ไบโอเทค จำกัด (มหาชน)

"เป็นบริษัทที่มั่นคง ดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ มุ่งเน้นการวิจัยพัฒนา
ด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามมาตรฐานสากล เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม"



www.dodbiotech.com

บริษัท ดีโอดี ไบโอเทค จำกัด (มหาชน)

111 หมู่ที่ 2 ต.ท่าจีน อ.เมืองสมุทรสาครจ.สมุทรสาคร 74000

โทรศัพท์ 034-446-333, 034-446-444 โทรสาร 034-440-373



สรุปมูลค่าการซื้อขาย

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	6,464.23	10.96	6,143.92	10.42	320.31	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	9,172.82	15.56	8,567.21	14.53	605.60	-
นักลงทุนต่างประเทศ	23,150.22	39.27	21,848.62	37.06	1,301.60	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	20,168.83	34.21	22,396.35	37.99	-2,227.52	-

มูลค่าการซื้อขายสะสมในช่วง 1 - 25 ก.ค. 2562

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	111,737.75	9.69	136,642.00	11.85	-24,904.25	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	177,580.49	15.40	175,529.82	15.22	2,050.67	-
นักลงทุนต่างประเทศ	448,769.20	38.92	424,699.46	36.84	24,069.74	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	414,886.14	35.98	416,102.30	36.09	-1,216.16	-

มูลค่าการซื้อขายสะสมตั้งแต่ 1 ม.ค. - 25 ก.ค. 2562

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	772,372.06	10.99	773,888.85	11.02	-1,516.79	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	934,128.59	13.30	914,399.98	13.02	19,728.61	-
นักลงทุนต่างประเทศ	2,963,545.74	42.18	2,898,826.80	41.26	64,718.94	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	2,355,158.99	33.52	2,438,089.75	34.70	-82,930.75	-



Market for Alternative Investment

สรุปมูลค่าการซื้อขาย

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	12.05	1.15	0.65	0.06	11.39	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	0.84	0.08	5.18	0.50	-4.34	-
นักลงทุนต่างประเทศ	40.42	3.87	30.61	2.93	9.80	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	991.12	94.90	1,007.98	96.51	-16.86	-

มูลค่าการซื้อขายสะสมในช่วง 1 - 25 ก.ค. 2562

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	217.78	0.91	230.31	0.96	-12.53	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	29.98	0.12	36.12	0.15	-6.14	-
นักลงทุนต่างประเทศ	1,126.09	4.68	738.10	3.07	387.99	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	22,682.15	94.29	23,051.48	95.82	-369.32	-

มูลค่าการซื้อขายสะสมตั้งแต่ 1 ม.ค. - 25 ก.ค. 2562

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	858.11	0.79	1,382.86	1.28	-524.75	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	194.65	0.18	214.13	0.20	-19.48	-
นักลงทุนต่างประเทศ	4,774.58	4.42	4,362.00	4.04	412.58	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	102,172.79	94.60	102,041.15	94.48	131.65	-



สืบอันดับหลักทรัพย์

ดัชนี	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง	%เปลี่ยนแปลง	สูงสุด	ต่ำสุด	ปริมาณ ('000 หุ้น)	มูลค่า (ล้านบาท)
SET	1,730.90	+5.46	+0.32	1,732.92	1,725.47	19,919,043	58,956.10
SET50	1,141.45	+3.14	+0.28	1,143.38	1,137.59	1,065,965	33,819.59
SET100	2,532.25	+7.18	+0.28	2,537.02	2,524.16	2,175,712	43,517.61
sSET	828.55	+2.95	+0.36	831.21	825.28	406,566	2,648.92
SETCLMV	1,112.64	+7.66	+0.69	1,115.08	1,104.98	417,510	12,002.49
SETHD	1,263.16	+2.84	+0.23	1,267.02	1,259.63	523,278	11,697.40
SETTHSI	1,087.61	+0.50	+0.05	1,091.75	1,085.03	756,609	23,686.03
SETWB	1,063.64	+5.63	+0.53	1,066.24	1,058.21	568,715	10,313.63
mai	374.62	-1.58	-0.42	378.89	374.61	609,028	1,044.42

มูลค่าซื้อขาย 10 อันดับ

หลักทรัพย์	มูลค่า AOM ('000 บาท)	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง (%)
GPSC	1,807,786.02	70.75	+2.00 (+2.91%)
GULF	1,792,731.00	130.00	+3.00 (+2.36%)
PTTEP	1,773,047.70	134.50	-2.00 (-1.47%)
KTC	1,560,170.52	45.50	+3.50 (+8.33%)
CPALL	1,383,833.25	87.50	- (-)
AOT	1,372,483.32	72.00	-0.25 (-0.35%)
SCC	1,203,980.80	446.00	-2.00 (-0.45%)
JAS	1,162,673.76	6.25	- (-)
IVL	1,075,993.45	40.25	- (-)
CPF	1,061,577.65	28.00	- (-)

ปริมาณซื้อขาย 10 อันดับ

หลักทรัพย์	ปริมาณ AOM (หุ้น)	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง (%)
EARTH <NP, NC>	189,732,400	0.49	-0.17 (-25.76%)
JAS	185,433,500	6.25	- (-)
POLAR <NP, NC>	151,881,100	0.10	- (-)
SUPER	125,738,000	0.75	-0.02 (-2.60%)
CHG	117,612,600	2.40	+0.08 (+3.45%)
TRUE	94,340,400	6.50	-0.05 (-0.76%)
AQUA	93,782,400	0.58	+0.01 (+1.75%)
TMB	91,995,200	1.94	+0.01 (+0.52%)
LH	83,649,300	11.30	- (-)
BTS	77,156,400	12.50	-0.30 (-2.34%)

ราคาเพิ่มขึ้น 10 อันดับ

หลักทรัพย์	ปริมาณ AOM (หุ้น)	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง (%)
MAX	5,453,000	0.02	+0.01 (+100.00%)
SRICHA	9,552,400	9.70	+1.90 (+24.36%)
KTECH <NC>	11,361,200	0.08	+0.01 (+14.29%)
ROCK	700	19.40	+2.40 (+14.12%)
TPP	600	19.60	+2.10 (+12.00%)
STARK <C>	10,721,500	2.72	+0.24 (+9.68%)
PACE <C>	18,237,300	0.23	+0.02 (+9.52%)
KTC	35,161,900	45.50	+3.50 (+8.33%)
THCOM	6,960,500	6.05	+0.45 (+8.04%)
SPORT <C>	121,000	0.14	+0.01 (+7.69%)

ราคาลดลง 10 อันดับ

หลักทรัพย์	ปริมาณ AOM (หุ้น)	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง (%)
NMG <C, NC>	30,105,700	0.21	-0.09 (-30.00%)
EARTH <NP, NC>	189,732,400	0.49	-0.17 (-25.76%)
TTA	11,542,000	6.05	-0.55 (-8.33%)
TGPRO	1,880,300	0.11	-0.01 (-8.33%)
MATI	500	4.80	-0.35 (-6.80%)
IFEC <NP, NC>	20,472,900	0.28	-0.02 (-6.67%)
POST	41,300	2.00	-0.12 (-5.66%)
IHL	8,579,200	5.20	-0.30 (-5.45%)
MNIT	13,100	1.47	-0.08 (-5.16%)
TIPCO	7,565,800	11.50	-0.60 (-4.96%)

HOONINSIDE



ติดตาม Magazine Hooninside ได้แล้ววันนี้



www.hooninside.com



www.mbookstore.com



www.ebook.in.th

NEWSCENTER

PROGRAM NEWS CENTER



Application Hooninside

ติดต่อฝ่ายโฆษณา 02-276-5976 , E-mail: reporter@hooninside.com