

HOONINSIDE

PLANB

“ ดันธุรกิจ

ESPORT ”

รู้
ตัว

นพชัย หวังรักษ์

ผู้จัดการอาวุโส บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน)



Plan.B
media



ที่ปรึกษา

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

บรรณาธิการบริหาร

ประสิทธิ์ กรโชคนันต์

หัวหน้าข่าว

อนุภา ศิริรวม

กองบรรณาธิการ

นวพร เชื้อเมืองพาน
สิริวัฒนา กลางประพันธ์

กราฟิก

วิจิตพล นาคสุข
ศิริไล สออบใหม่
ศักดาวิธ จันทร์เทพ

ติดต่อโฆษณา

คุณนุ้ย

02-276-5976

E_mail : reporter@hooninise.com

CONTENT

ข่าวจากปก	4
ข่าวบริษัทจดทะเบียน	6
ข่าวการเงิน	14
อินไซด์ Business	20
สรุปการซื้อขาย	21

MAGAZINE HOONINSIDE

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



Thai Solar Energy Public Company Limited



Dr. Cathleen Maleenont
Chairman of the Board and CEO

To become a world-class regional leader
in providing renewable energy
through reliable technologies
to serve both commercial and social societies

HEAD OFFICE

725 Metropolis Building, 19th FL., Sukhumvit Road, Klongton Nua, Wattana, Bangkok 10110

PHONE : (66) 2 258 4530 - 34 FAX : (66) 2 258 4534 EMAIL : info@thaisolarenergy.com

www.thaisolarenergy.com

PLANB ต้นธุรกิจ ESPORT เต็มตัว



“แพลน บี มีเดีย” สรุปผลงานความสำเร็จก้าวสำคัญบนตลาดอีสปอร์ต หลังพาการแข่งขันอีสปอร์ตเกมฟุตบอลรายการสำคัญอย่าง E-LEAGUE สร้างปรากฏการณ์ครั้งยิ่งใหญ่ทั่วเอเชียและโลกออนไลน์ เตรียมเดินหน้าจัดการแข่งขันครั้งใหม่ รายการ **‘eFootball Thailand NextGen’** เปิดกว้างให้แฟนกีฬาเข้าสู่เส้นทางอีสปอร์ตมืออาชีพ ในเดือนตุลาคม - ธันวาคม 64 นี้ พร้อมต่อยอดขึ้นกว่า ยกกระดานบริษัทสู่การเป็นผู้สร้างความต้องการให้กับตลาดอีสปอร์ตหลากหลายรูปแบบ **สร้างสรรค์ระบบนิเวศน์ที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์อย่างยั่งยืน**

ปี 2021 นับเป็นอีกปีความสำเร็จของตลาดอีสปอร์ตในประเทศไทย โดยเฉพาะการแข่งขันอีสปอร์ตเกมฟุตบอลระดับอาชีพอย่างรายการ E-LEAGUE ในมือบริษัทยักษ์ใหญ่ แพลน บี มีเดีย (Plan B Media) ที่ได้สร้างเซอร์ไพรส์ให้กับวงการ นำพาสองทัวร์นาเมนต์สำคัญอย่าง **‘E-LEAGUE 2021’** และ **‘Knockout E-LEAGUE PES 2021 TOURNAMENT’** สร้างปรากฏการณ์ครั้งแรกของการถ่ายทอดสดไปยังต่างแดน

ด้วยภาษาของเจ้าของประเทศ ทั้ง ญี่ปุ่น, เวียดนาม, อินโดนีเซีย ฯลฯ พร้อมสร้างการเข้าถึงบนโลกออนไลน์กว่า 30,000,000 reaches ด้วยยอดผู้ชมรวมกว่า 200,000 คน และยังเป็นครั้งแรกของการแข่งขันอีสปอร์ตเกมฟุตบอลบนแพลตฟอร์มโทรศัพท์มือถือ อย่าง

‘eFootball PES 2021 mobile’

ที่มีผู้สมัครเข้าร่วมเฉพาะในประเทศไทยกว่า 500,000 คน นับเป็นครั้งแรกที่มีผู้เล่นในประเทศไทยสูงกว่าทุกประเทศในโลก

“แพลน บี ไม่ได้มองตลาดอีสปอร์ตเป็นเพียงหน่วยธุรกิจใหม่ แต่เราโฟกัสว่าอีสปอร์ตเป็นตลาดที่แตกต่าง โดยเฉพาะอีสปอร์ตเกมฟุตบอลที่มีฐานความแข็งแกร่งอยู่แล้วในตัว จากปัจจัยของแฟนทีมฟุตบอล รวมถึงความนิยมของตัวกีฬาฟุตบอลเองก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทุกคนสามารถเข้าใจและเข้าถึงได้มากกว่าเกมเฉพาะทางอื่นๆ ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และปัจจัยสำคัญที่สุด คืออีสปอร์ตถูกยอมรับให้เป็นกีฬาที่เติบโตได้ไวที่สุดในโลก ทั้งยังมีศักยภาพเป็นตัวเลือกและสร้างความหลากหลายให้กับลูกค้าได้ดี ช่วยให้บริษัทสามารถสร้าง

ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

นายณพชัย หวังรักษ์ ผู้จัดการอาวุโส บริษัท แพลน บี มีเดีย จำกัด (มหาชน) PLANB กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จในตลาดอีสปอร์ต พร้อมกับอธิบายเพิ่มว่าแพลน บี ยังได้ใช้อีสปอร์ตต่อยอดตัวเองในฐานะ adjacency media ยกกระดานการบริหารธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำ (ผู้ผลิตเกม)

ไปจนถึงปลายน้ำ (กลุ่มเป้าหมาย) ผ่านสื่อ 4Os ประกอบด้วย สื่อ Online, สื่อ Offline - Out-of-Home, สื่อ On Air - TV จากช่องกีฬา Tsports 7 และ On Ground activities ทำกิจกรรมร่วมกับสโมสรฟุตบอลไทยลีกทั่วประเทศ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญช่วยให้บริษัทเติบโตในตลาด และเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี

Plan.B
media

“ประสบการณ์ในวงการเกมฟุตบอล ประกอบกับการเข้าใจความต้องการที่แท้จริง (Insight) มองถึงกลุ่มเป้าหมายและลูกค้า คือ key success หลักที่ทำให้ แพลน บี ประสบความสำเร็จในตลาดอีสปอร์ต โดยที่บริษัทจะเน้นหลักการสร้างความสำเร็จร่วมกัน กับ stake holders ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น การเข้าสู่ตลาดอีสปอร์ตของแพลน บี และการแข่งขันรายการ E-LEAGUE ที่เต็มไปด้วยความสนุกสนานและความตื่นเต้น คือจุดหนึ่งที่ได้สร้างกลุ่มแฟนบอลรุ่นใหม่จำนวนมากเข้าสู่วงการฟุตบอลไทย ทั้งในระดับสโมสรและระดับทีมชาติ ในขณะเดียวกัน กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สนับสนุน ก็จะได้รับ การดูแลแบบเฉพาะแต่ละแบรนด์ (Tailor made process) เพื่อสร้างกิจกรรมการตลาดที่ตอบโจทย์ ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ (Brand awareness) การสร้างความสัมพันธ์ (Engagement) หรือแม้กระทั่งการสร้างยอดขาย (Conversion)”

การทำงานของแพลน บี ในตลาดอีสปอร์ต จะมีตั้งแต่การใช้กลยุทธ์ที่ใช้สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่ลูกค้าต้องการเข้าถึง สร้างความสัมพันธ์ รวมถึงการสร้างรายได้ จากกลุ่มเป้าหมายของกีฬาฟุตบอลบนโลกออนไลน์ ที่ปัจจุบันมีคนดูไม่น้อยไปกว่าฟุตบอลชีวิตจริง โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย Gen Z ที่มีกีฬาอีสปอร์ตเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการรับชม การเข้าร่วมการแข่งขัน หรือกลุ่มผู้ที่ต้องการพัฒนาไปจนถึงการเป็นนักกีฬาอาชีพในอนาคต อีกจุดคือการเน้นตอบสนองอย่างครอบคลุม และไม่เจาะจงเฉพาะผู้สนใจในอีสปอร์ตเกมฟุตบอลเพียงอย่างเดียว แต่รวมไปถึงการใช้อีสปอร์ตอื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับมาสร้างกิจกรรมแบบเฉพาะที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละแบรนด์ (Tailor made process) ให้เกิดความสำเร็จ ยกตัวอย่างเช่น เกม Overcooked ซึ่งเป็นอีสปอร์ตที่เกี่ยวกับการทำอาหาร เหมาะกับการสร้างกิจกรรมในกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น คนทุกเพศทุกวัย ที่สนใจความสนุกในหมู่เพื่อนครอบครัว เป็นต้น



Plan.B
media

“ความสำเร็จก้าวแรกในธุรกิจอีสปอร์ต จะช่วยผลักดันและสร้างการเติบโตให้แพลน บี มีตัวเลือกในการขยายตลาดของตัวเองเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการต่อยอดความสำเร็จในครั้งนี้ อย่างการทำ Workshop กับกลุ่มลูกค้าและเอเจนซีเพื่ออัปเดตข้อมูลและกิจกรรมอีสปอร์ตของแพลน บี มีเดีย ที่จะเกิดขึ้นในปี 2022 เพื่อเป็นทางเลือกในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการก้าวข้ามฐานะเดิม จากเป็นผู้จัดการแข่งขัน และเป็นผู้คอยตอบรับความต้องการของ ลูกค้า - กลุ่มเป้าหมายเพียงอย่างเดียว ไปสู่การเป็นผู้สร้างความต้องการให้กับตลาดอีสปอร์ตรูปแบบต่างๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การสร้างแพลตฟอร์มการแข่งขันที่ทำงานร่วมกันกับบริษัทเกมต่างๆ การสร้างรูปแบบของอีสปอร์ตในระบบ Play to earn การร่วมมือพัฒนาระบบ Cryptocurrency เพื่อสร้างระบบนิเวศน์ที่ทุกฝ่าย (stake holders) ได้ประโยชน์อย่างยั่งยืน”

นอกจากนี้ แพลน บี ยังเตรียมจัดการแข่งขัน รายการ ‘eFootball Thailand NextGen’ โดยเฟ้นหานักกีฬาหน้าใหม่ เพื่อเข้าสู่การแข่งขันอีสปอร์ตระดับมืออาชีพ โดยรายการดังกล่าวจะเกิดขึ้นในช่วงเดือนตุลาคม - เดือนธันวาคม 2564 นี้



CMC ผนักำล้ง รพ.หัวเหี้ยว กับ Oakwood ลุยโรงแรม Health and Wellness “เดอะชาโตว์ พาเลซ โฮเทล” สร้างเครือข่ายระบบสุขภาพวิถีชีวิตใหม่

นายแพทย์วิเชียร แพทยานันท์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เจ้าพระยามหานคร จำกัด (มหาชน)

CMC ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์บนทำเลศักยภาพกล่าวว่า “หลังจากประกาศก่อตั้งกลุ่มบริษัทใหม่ธุรกิจโรงพยาบาล-โรงแรม เพื่อต่อยอดสัญญาณเชิงบวกของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่จะกลับมาสดใสหลังวิกฤติโควิด-19 เริ่มคลี่คลาย CMC เดินหน้าต่อเนื่องขยายฐานรายได้ไปยังยื่นให้กับกลุ่มบริษัท โดยเพิ่มทุนบริษัท ซีทูเฮซ จำกัด (C2H) ซึ่งเป็นบริษัทย่อยจากทุนจดทะเบียนเดิม 2 ล้านบาท เป็นทุนจดทะเบียน 300 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนและเพิ่มศักยภาพสำหรับการประกอบธุรกิจของ C2H ในการดำเนินงานกลุ่มธุรกิจโรงแรม ประกอบกับมีการจัดตั้งบริษัท ซีทูเฮซ วัน จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ด้วยทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท เพื่อพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อการพักอาศัยสู่ธุรกิจการบริการ (Hospitality) และเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจกลุ่มบริหารจัดการที่พักให้เช่าระยะสั้น-ยาว (Chain Hospitality)

พร้อมกับลุยธุรกิจโรงแรม Health and Wellness ผนักำล้งโรงพยาบาลหัวเหี้ยวและไอ้ควู้ด

(Oakwood) เปิดตัว “เดอะชาโตว์ พาเลซ โฮเทล” โรงแรมบริการแพทย์ทางเลือกบนทำเลศักยภาพกรุงเทพ-ธนบุรี รองรับดีมานด์กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุที่ต้องการแก้ปัญหาด้านสุขภาพ ฟันฟูดูแลร่างกายก่อนและหลังการรักษาให้กับผู้ใช้บริการในระยะสั้น ๆ และกลุ่มมารดาหลังคลอด (Postnatal) ที่ต้องการดูแลโดยตรงจากแพทย์ โดย CMC เล็งเห็นแนวโน้มปริมาณความต้องการด้านการดูแลรักษาสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งเป็นการร่วมขับเคลื่อนระบบส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีสุขภาพวิถีชีวิตใหม่ของภาครัฐบาล

สำหรับ “เดอะชาโตว์ พาเลซ โฮเทล” โรงแรมบริการแพทย์ทางเลือก Health and Wellness เป็นอาคารสูง 5 ชั้น จำนวน 210 ห้อง บริหารโดยบริษัท ซีทูเฮซ จำกัด C2H (กลุ่มบริษัทในเครือ CMC) โดยตั้งอยู่บนทำเลศักยภาพกรุงเทพ-ธนบุรี ถนนสมเด็จพระปิ่นเกล้า การเดินทางสะดวกสบาย ใกล้สะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า ทางคู่ขนานลอยฟ้าบรมราชชนนี ใกล้ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า และสามารถรองรับผู้ที่ต้องการพักฟื้นหลังจากออกจากโรงพยาบาลได้ทันที เนื่องจากใกล้กับสถานพยาบาลชั้นนำ อาทิ โรงพยาบาลศิริราช ปิ

มหาราชการุณย์ โรงพยาบาลธนบุรี โรงพยาบาลเจ้าพระยา ผู้เข้าพักจะได้รับการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างพิถีพิถันมาตรฐานระดับโรงแรม 5 ดาวจากไอ้ควู้ด (Oakwood) พร้อมกับการดูแลโดยตรงจากคณะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญจากโรงพยาบาลหัวเหี้ยว

“CMC เล็งเห็นถึงโอกาสจากการดำเนินธุรกิจโรงแรมตามแผนกลยุทธ์สร้างการรับรู้รายได้อย่างต่อเนื่อง (Recurring Income) โดยตั้งเป้ารับรู้รายได้ 50 เปอร์เซ็นต์ หรือ 6,000 ยูนิิต ภายใน 5 ปีข้างหน้า เพื่อนำมาเชื่อมโยงกับธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ภายใต้คอนเซ็ปต์ Health & Well-Being for Sustainability มอบคุณภาพอะอนามัยที่ดีอย่างยั่งยืนรองรับการเติบโตของสังคมผู้สูงอายุในประเทศไทย และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ CMC สู่การเป็น Excellent Living Development Provider ซึ่งการเดินหน้าพัฒนาธุรกิจโรงแรมในครั้งนี้จะเป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญ ทำให้ CMC ดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยขณะนี้ได้รับเสียงตอบรับเป็นอย่างดีและสามารถรับรู้รายได้เรียบร้อยแล้ว” นายแพทย์วิเชียร กล่าวทิ้งท้าย



ORI เปิดผลงาน ยอดขาย 9 เดือนแรกปี 64 กวาดยอดขาย 2.3 หมื่นลบ. ทะลุ 79% ของเป้าหมาย

ORI เปิดผลงานยอดขาย 9 เดือนแรกปี 64 กวาดยอดขาย 2.3 หมื่นลบ. ทะลุ 79% ของเป้าหมายทั้งปี Q4 เปิดโครงการใหม่เพิ่มอีก 9 โครงการ มูลค่ากว่า 6.29 พันลบ. ดันยอดขายสร้างสถิติ All Time High ที่ 2.9 หมื่นลบ. ตามเป้า

นายพีระพงศ์ จรูญเอก ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ออริจิ้น พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) หรือ ORI ผู้พัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ครบวงจร เปิดเผยว่า ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2564 (ม.ค.-ก.ย. 64) บริษัทมียอดขายสะสมแล้วกว่า 23,000 ล้านบาท เติบโตจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าราว 22% คิดเป็น 79% ของเป้าหมายทั้งปีที่ตั้งไว้ที่ 29,000 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นยอดขายจากกลุ่มบ้านจัดสรร 27% และกลุ่มคอนโดมิเนียม 73% หากแบ่งตามสถานะโครงการ มีสัดส่วนยอดขายจากโครงการพร้อมอยู่ (Ready to move) 71% และกลุ่มโครงการที่เพิ่งเปิดขายหรืออยู่ระหว่างดำเนินการก่อสร้าง (On Construction) 29%

“จำนวนผู้ติดเชื้อ COVID-19 ที่สูงขึ้นกว่าปีที่แล้ว เป็นปัจจัยที่ทำลายภาพรวมธุรกิจต่างๆ อย่างมาก เราเองพยายามปรับตัวอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์ที่ทำลาย ทั้งการสร้างลูกเล่นใหม่ๆ ในการเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น อย่างการจัดมหกรรมคอนโดออนไลน์ 9.9 Origin Condo Festival ในรูปแบบ Property Live การบุกตลาดเช็กเมทท์ใหม่ๆ ที่มีดีมานด์และยังมี

โอกาสเติบโตอย่างคอนโดที่เลี้ยงสัตว์ได้ การเปิดตลาดอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน หรือ Investment Property หาแนวทางที่ทำให้เราโตไปกับทฤษฎี K-Shaped Recovery ผั่งขาขึ้น ส่งผลให้เรายังทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย” นายพีระพงศ์ กล่าว

สำหรับแบรนด์สำคัญที่สร้างยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ออริจิ้น ปลั๊ก แอนด์ เพลย์ (Origin Plug & Play) แบรนด์คอนโดมิเนียมเจาะตลาดกลุ่มคนเพิ่งเริ่มต้นทำงาน (First Jobber) และกลุ่ม Gen Z ที่ยังคงได้รับการตอบรับอย่างต่อเนื่องจากทั้งฟังก์ชันที่ตอบโจทย์ในช่วง Next Normal แบ่งแยกพื้นที่สำหรับการทำงาน การอยู่อาศัย และราคาที่เข้าถึงได้ง่าย บ้านจัดสรรในเครือบริทาเนีย (Britania) โดยเฉพาะโครงการในฝั่งตะวันตกของกรุงเทพฯ ที่เปิดตัวในปีนี้อย่างแกรนด์ บริทาเนีย ราชพฤกษ์-พระราม 5

นายพีระพงศ์ กล่าวอีกว่า ไตรมาส 4/2564 ของปีนี้ น่าจะเป็นช่วงที่ภาพรวมธุรกิจอสังหาฯ พื้นตัวชัดเจนจากยอดผู้ติดเชื้อใหม่ที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาส 3/2564 และยอดการฉีดวัคซีนที่ทยอยเพิ่มขึ้น หากภาครัฐสามารถลดจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มอัตราการฉีดวัคซีนที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นการช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการกลับมาจับจ่ายใช้สอย และเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการในการทำการตลาดที่เป็นช่วงไฮซีซั่นของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

สำหรับบริษัท มีแผนจะเปิดตัวโครงการใหม่ในช่วงไตรมาส 4/2564 เพิ่มเติมอีก 9 โครงการ มูลค่าโครงการรวมประมาณ 6,295 ล้านบาท ตามแผนงานที่วางไว้ แบ่งเป็น โครงการคอนโดมิเนียม 3 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 1,695 ล้านบาท ได้แก่ 1.ออริจิ้น เวลเนส เรสซิเดนซ์ แบริง 2.ออริจิ้น เวลเนส เรสซิเดนซ์ รามอินทรา 3.บริกซ์ตัน เกษตร ศรีราชา แคมปัส และโครงการบ้านจัดสรร 6 โครงการ มูลค่าโครงการรวม 4,600 ล้านบาท ได้แก่ 1.ไบรตัน บางปะกง 2.บริทาเนีย แพรกษา สเตชั่น 3.บริทาเนีย ดิวานนท์-ราชพฤกษ์ 4.แกรนด์ บริทาเนีย พระราม 9-กรุงเทพมหานคร 5.แกรนด์ บริทาเนีย นนทบุรี สเตชั่น 6.แกรนด์บริทาเนีย สุวรรณภูมิ โดยทุกโครงการที่เปิดตัว ยังคงเปิดตัวในทำเลที่มีความต้องการสูง โดยเฉพาะทำเลฝั่งตะวันออกของกรุงเทพฯ ไปจนถึงเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) รวมถึงมีการบุกเช็กเมทท์ใหม่อย่างตลาดผู้สูงอายุ (Silver Age) รองรับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ด้วยแบรนด์ใหม่ ออริจิ้น เวลเนส เรสซิเดนซ์ แบรนด์คอนโดมิเนียม Leasehold พร้อมโปรแกรมดูแลผู้สูงอายุ

ทั้งนี้ ไตรมาส 4/2564 จะยังคงเป็นไตรมาสที่บริษัทเปิดตัวโครงการใหม่มากที่สุดเช่นเดียวกับทุกปี คาดว่าจะเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ช่วยสร้างยอดขายใหม่ในช่วงโค้งสุดท้าย หนูนภาพรวมยอดขายทั้งปีสร้างสถิติใหม่นับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท (All Time High) ที่ 29,000 ล้านบาท ตามเป้าหมายที่วางไว้



TIDLOR รุกเปิดตัวประกันรถแบ่งจ่ายเงินสด

ไม่มีดอกเบี้ย สูงสุด 10 งวด ไม่จ้อบัตรเครดิต

ขยายระยะเวลาผ่อนชำระจากเดิม 6 งวด เป็น 10 งวด

“เงินติดล้อ” ขยายระยะเวลาแบ่งจ่ายค่าเบี้ยประกันรถยนต์ ไม่มีดอกเบี้ย สูงสุด 10 งวด จากเดิม 6 งวด พร้อมทางเลือกหลากหลายจากบริษัทประกันภัยพหุมิตรชั้นนำมากกว่า 16 แห่ง เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 เป็นต้นไป ชูจุดแข็งด้านเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัล ตอบสนองความต้องการทางการเงินแก่ลูกค้าระดับฐานราก underbanked สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงความพร้อมด้านเงินทุน บุคลากร ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการให้บริการลูกค้าระดับฐานราก ซึ่งมีความต้องการและข้อจำกัดแตกต่างจากลูกค้ากลุ่มอื่นๆ มั่นใจพร้อมรับมือการแข่งขันในธุรกิจและการรักษาตำแหน่งผู้นำสินเชื่อทะเบียนรถ หากมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด

นายปิยะศักดิ์ อุกฤษฏ์บุญกุล กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เงินติดล้อ จำกัด (มหาชน) หรือ TIDLOR

เปิดเผยว่า จากภาพรวมเศรษฐกิจที่ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการฟื้นตัว หลังจากรัฐบาลได้ผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์บางส่วน บริษัทฯ จึงเห็นหน้าช่วยลดภาระแก่ลูกค้าในการแบ่งชำระค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ ล่าสุดเปิดตัว “ประกันติดล้อ ไม่จ้อบัตรเครดิต ให้แบ่งจ่ายนานขึ้น 0% สูงสุด 10 งวด” จากปกติที่ให้ผ่อน 0% สูงสุด 6 งวด ผ่อนจ่ายเท่ากันทุกงวด ได้รับความคุ้มครองทันทีตั้งแต่จ่ายค่าเบี้ยประกันภัยงวดแรก นอกจากนี้

นี้ ลูกค้ายังคงได้รับทางเลือกความคุ้มครองที่ตรงใจจากบริษัทประกันภัยพหุมิตรชั้นนำมากกว่า 16 แห่ง เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 เป็นต้นไป โดยคาดว่าจะช่วยส่งเสริมยอดขายประกันภัยรถยนต์ในช่วงไตรมาส 4 ปีนี้

นอกจากนี้ ยังมีความพร้อมในการรับมือกับการแข่งขันในอนาคต หากมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด อย่างไรก็ตามปัจจุบันตลาดสินเชื่อถูกพัฒนาในระดับหนึ่ง หากมีการแข่งขันเพิ่มขึ้นจะเป็นการพัฒนาการให้บริการแก่ลูกค้ามากกว่าการแข่งขันด้วยอัตราดอกเบี้ย ซึ่งจะส่งผลดีต่อประชาชนที่มีความต้องการเข้าถึงสินเชื่อ นอกจากนี้ ในส่วนของมาตรการขอความร่วมมือในการรวมหนี้จากธนาคารแห่งประเทศไทยไปยังธนาคารพาณิชย์ คาดว่าไม่มีผลกระทบเนื่องจากผลิตภัณฑ์สินเชื่อหลักของบริษัทฯ ไม่ใช่เป้าหมายในการรวมหนี้ของธนาคาร อย่างสินเชื่อส่วนบุคคลและสินเชื่อบัตรเครดิต และกลุ่มลูกค้าเป็นคนละกลุ่มกับลูกค้าธนาคาร

ทั้งนี้ บริษัทฯ มีความมั่นใจว่าจะสามารถสร้างการเติบโตที่ดีในระยะยาว จากการวางกลยุทธ์มุ่งเน้นขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีการลงทุนพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินและประกันภัยให้แก่ลูกค้า การเพิ่ม

ประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์และต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ การเพิ่มฐานลูกค้าเป้าหมายทั้งด้านสินเชื่อและประกันภัย ที่สามารถเสนอผลิตภัณฑ์ต่อยอดระหว่างกันได้ในอนาคต การบริหารจัดการความเสี่ยงลูกค้ากลุ่ม underbanked ซึ่งมีความแตกต่างจากลูกค้ากลุ่มที่เข้าถึงธนาคาร รวมถึงควบคุมค่าใช้จ่ายการขยายสาขาใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะสร้างการเติบโตที่ดีในระยะยาวและสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันแก่บริษัทฯ

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีความพร้อมด้านเงินทุนเพื่อรองรับการขยายธุรกิจด้วยต้นทุนที่ต่ำลงต่อเนื่อง และมีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อทะเบียนรถ เพื่อตอบสนองความต้องการทางการเงินแก่ลูกค้าที่มีความต้องการเข้าถึงสินเชื่อ และลูกค้ากลุ่ม underbanked เช่น ผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ผู้ที่ไม่มีหลักฐานแสดงรายได้ชัดเจน ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีความต้องการที่แตกต่างจากลูกค้ากลุ่มอื่นๆ รวมถึงมีผู้บริหารและทีมงานหลายพันคนที่มีความรู้ ประสบการณ์ และมีค่านิยมองค์กรแบบเดียวกัน เพื่อมุ่งสร้างโอกาสทางการเงินแก่ประชาชน มุ่งสร้างนวัตกรรมและบริการที่ตอบสนองความต้องการทางการเงินแก่ลูกค้า



SFLEX จับมือไทย TU ตั้งบริษัทร่วมทุน ลุยธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน

บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน) หรือ SFLEX ผู้ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน สำหรับสินค้าอุปโภคและบริโภคตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และบริษัท ไทยยูเนียน กราฟฟิกส์ จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการด้านงานพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตแบบครบวงจรที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของ บริษัท ไทยยูเนียน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ผู้นำธุรกิจอาหารทะเลระดับโลก ได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจเพื่อจัดตั้งบริษัทร่วมทุน เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน ด้วยทุนจดทะเบียนจำนวน 250 ล้านบาท โดย SFLEX และไทยยูเนียน กราฟฟิกส์ถือหุ้นสามัญในสัดส่วน 51% และ 49% ตามลำดับ

นายปรินทร์ธรณ์ ภิรนาศรีวงศ์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท สตาร์ฟлекс จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า การจัดตั้งบริษัทร่วมทุนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อสร้างโรงงานผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อนโดยมุ่งเน้นสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารเป็นหลัก และจะเป็นส่วนหนึ่งที่สนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม "ไทยยูเนียน" เพื่อตอบสนองโจทย์เรื่องคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ระดับโลก การร่วมมือครั้งนี้ยังเป็นไปตามแผนการขยาย

ตลาดและขยายฐานรายได้ของ SFLEX โดยคาดว่าจะสามารถก่อสร้างโรงงาน ติดตั้งเครื่องจักรให้แล้วเสร็จภายในไตรมาส 4/2565 พร้อมกันนี้ได้ตั้งเป้ารายได้ในปี 2565-2566 ไว้ประมาณ 70 ล้านบาท และ 250 ล้านบาท ตามลำดับ ด้วยกำลังการผลิตเบื้องต้นที่ระดับ 40% และจะเพิ่มกำลังการผลิตขึ้นในปีต่อไป เพื่อผลักดันในการสร้างรายได้ให้ไปถึง 1,500 ล้านบาทภายในปี 2570

นายธีรพงศ์ จันศิริ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ไทยยูเนียน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ในฐานะผู้นำธุรกิจอาหารทะเล ไทยยูเนียนให้ความสำคัญกับการดูแล

ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ตามวิสัยทัศน์ในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีและดูแลท้องทะเลให้อุดมสมบูรณ์ บรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของเรา การออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมจะช่วยตอบโจทย์การดูแลสิ่งแวดล้อม ไทยยูเนียนยังตั้งเป้าหมาย ในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ รีไซเคิลและย่อยสลายได้ ทั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์สำหรับผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของบริษัท ภายในปี 2568 เราเชื่อมั่นว่าความร่วมมือในครั้งนี้มีส่วนสำคัญทำให้ไทยยูเนียนบรรลุเป้าหมายดังกล่าว รวมถึงการทำงานร่วมกันในการพัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต





WHA ตั้งบริษัทร่วมทุนแห่งใหม่ 2 บริษัท รองรับการพัฒนาโครงการใหม่

นางสาวจรีพร จารุกรสกุล ประธานกรรมการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัทฯ บริษัท ดับบลิวเอชเอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) WHAเปิดเผยว่า บริษัท ดับบลิวเอชเอ เวนเจอร์โฮลดิ้ง จำกัด (“WHA VH”) บริษัทย่อยที่บริษัทฯ ถือหุ้นอยู่ร้อยละ 99.99 และบริษัท เค ดับบลิว แคปปิตอล จำกัด (“KW Capital”) ได้ร่วมกันจัดตั้งบริษัทร่วมทุนแห่งใหม่ 2 บริษัท เพื่อรองรับการพัฒนาโครงการใหม่ ๆ ในอนาคต โดยมีรายละเอียดการร่วมทุนดังนี้

บริษัทร่วมทุนแห่งที่ 1

ชื่อบริษัทร่วมทุน บริษัท ดับบลิวเอชเอ เคดับบลิว ทู จำกัด (“WHA KW 2”)

วัตถุประสงค์: เพื่อดำเนินธุรกิจพัฒนา ก่อสร้าง บริหารจัดการ พื้นที่อาคารสำนักงานและโครงการอสังหาริมทรัพย์

ทุนจดทะเบียนเริ่มต้น: 5,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

สัดส่วนการถือหุ้น: 1) บริษัท ดับบลิวเอชเอ เวนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นจำนวน 24,998 หุ้น

2) บริษัท เค ดับบลิว แคปปิตอล จำกัด ถือหุ้นจำนวน 24,999 หุ้น

3) บุคคลธรรมดา 3 คน ถือหุ้นคนละ 1 หุ้น

บริษัทร่วมทุนแห่งที่ 2

ชื่อบริษัทร่วมทุน: บริษัท ดับบลิวเอชเอ เคดับบลิว ทรี จำกัด (“WHA KW 3”)

วัตถุประสงค์: เพื่อดำเนินธุรกิจพัฒนา ก่อสร้าง บริหารจัดการ พื้นที่อาคารสำนักงานและโครงการอสังหาริมทรัพย์

ทุนจดทะเบียนเริ่มต้น: 5,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญจำนวน 50,000 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 100 บาท

สัดส่วนการถือหุ้น: 1) บริษัท ดับบลิวเอชเอ เวนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด ถือหุ้นจำนวน 24,998 หุ้น

2) บริษัท เค ดับบลิว แคปปิตอล จำกัด ถือหุ้นจำนวน 24,999 หุ้น

3) บุคคลธรรมดา 3 คน ถือหุ้นคนละ 1 หุ้น





AMA ปิดดีลซื้อกิจการ ทีเอสเอสเค โลจิสติกส์ - ออโต้ โลจิส มูลค่ารวม 304 ลบ.

นายพิศาล รัชกิจประการ กรรมการ ผู้จัดการ บริษัท อาม่า มารีน จำกัด (มหาชน) AMA

เปิดเผยว่า ตามมติประชุมคณะกรรมการ บริษัท อาม่า มารีน จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ครั้งที่ 3/2564 เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2564 ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท เอ เอ็ม เอ โลจิสติกส์ จำกัด (“AMAL”) ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ถือโดยบริษัทฯ ในสัดส่วนร้อยละ 99.99 ของทุนที่จดทะเบียน เข้าลงทุนโดยการซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ทีเอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด (“TSSK”) และบริษัท ออโต้ โลจิสติกส์ จำกัด (“AUTO”) ในสัดส่วนร้อยละ 76.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมดจากผู้ถือหุ้นเดิม ทั้งนี้ เนื่องจากการเข้าทำรายการดังกล่าว ยังมีความไม่แน่นอนในหลายประการ บริษัทฯ จึงเปิดเผยข้อมูลของการลงทุนในครั้งนี้ เมื่อมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นแล้ว ซึ่งปัจจุบันได้มีการลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นกับ TSSK และ AUTO แล้วเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2564

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ทีเอสเอสเค โลจิสติกส์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 76.00 ของจำนวนหุ้นทั้งหมด มูลค่า 273,600,000 ล้านบาท และจะเข้าซื้อหุ้นสามัญของบริษัท ออโต้ โลจิสติกส์ จำกัด ในสัดส่วนร้อยละ 76.00 ของจำนวนหุ้น

ทั้งหมดมูลค่า 30,400,000 ล้านบาท เป็นมูลค่ารวม 304,000,000 ล้านบาท ตามข้อตกลงในสัญญาซื้อขายหุ้น

AMAL ลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นในวันที่ 29 กันยายน 2564 และคาดว่าจะสามารถชำระเงิน และโอนหุ้นของ TSSK และ AUTO (Closing Date) ได้ภายในวันที่ 1 ตุลาคม 2564

แหล่งเงินทุนที่ใช้มาจาก กระแสเงินสดของกิจการ และเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อภาระการดำเนินงานหลักของ AMA อย่างมีสาระสำคัญ

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับบริษัท

- บริษัทฯ สามารถขยายธุรกิจให้ครอบคลุมถึงการขนส่งประเภทสินค้าได้หลากหลายมากขึ้น ซึ่งสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น

- การควบรวมกิจการจะช่วยให้ได้ประโยชน์จากขนาดที่ใหญ่ขึ้น (Economy of Scale) ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการบริหารจัดการต้นทุน

- เพิ่มศักยภาพในการทำกำไรของบริษัทฯ และเพื่อสร้างผลตอบแทนให้แก่บริษัทฯ

- TSSK เป็นบริษัทที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการให้บริการขนส่งสินค้าปิโตรเคมีในพื้นที่ภาคตะวันออกมายาวนานกว่า 20 ปี

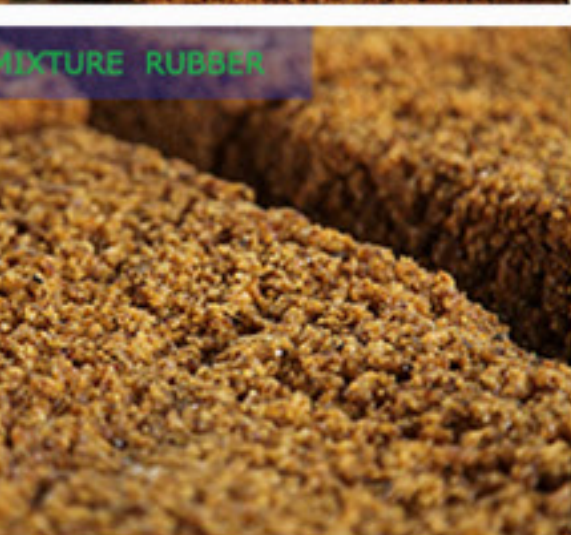




"North East Rubber plc.,

Leader of manufacturer seller and exporter of quality pre-products of nature rubber as RSS, STR and MIXED RUBBER by environment friendly process for all over industry."

"Aside from maintaining the quality of products for the utmost satisfaction of our customer, social and environmental responsibilities are also taken into great interest."



GREEN ENERGY

SOLAR ROOFTOP
Green electricity
from sunlight thru
our cell on factory
rooftop



CLEAN ENERGY

BIOGAS SYSTEM
Clean hot energy
from our recycle
of wastewater
treatment thru
our BIOGAS
system



Factory :

398 Moo. 4 Tambol Kokma,
Prachonchai District,
Buriram Province, 31140 Thailand
Tel : 044-666928, 044-666929
Fax : 044-666212, 044-666213
Email: ner@nerubber.com, hr@nerubber.com

Bangkok Office :

589/94 17th Floor,
Central City Tower,
Debaratna Road, Bangna Nuea, Bangna,
Bangkok, 10260, thailand
Tel : +66 2745 6971-2
Fax : -
Email: ner@nerubber.com, hr@nerubber.com



www.nerubber.com



พีที



สั่งเลย!!

พีที น้ำมันสดใหม่

เต็มถัง



ก.ล.ต. เตรียมปรับปรุงระเบียบวิธีปฏิบัติในการรับส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ให้ครบถ้วนและปลอดภัยยิ่งขึ้น มุ่งสู่การเป็นหน่วยงานดิจิทัล

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เปิดรับฟังความคิดเห็นการปรับปรุงระเบียบวิธีปฏิบัติสำนักงานเกี่ยวกับการรับส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ดำเนินการได้อย่างครบถ้วน สอดคล้องกับลักษณะและความเสี่ยงของรูปแบบธุรกรรม ตามมาตรฐานสากลในการให้บริการประชาชน

ก.ล.ต. มีแนวคิดสนับสนุนการทำธุรกรรมโดยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถดำเนินการอย่างครบถ้วน ครอบคลุมทั้งผู้ส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นบุคคลภายนอก และผู้สนับสนุนการนำส่งข้อมูล เช่น ผู้จัดทำข้อมูลหรือเตรียมข้อมูลก่อนนำส่งข้อมูลดังกล่าวให้แก่ ก.ล.ต. โดยกระบวนการรับส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ระหว่าง ก.ล.ต. กับผู้ส่งข้อมูลจะต้องมีความสอดคล้องกับลักษณะและความเสี่ยงของรูปแบบธุรกรรม รวมทั้งบริบทต่างๆ เพื่อมุ่งสู่การเป็นหน่วยงานดิจิทัลที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีความปลอดภัย ได้มาตรฐานสากล และเป็นไปตามข้อกำหนดของภาครัฐในการให้บริการประชาชน อีกทั้งไม่ทำให้เกิดภาระที่ไม่จำเป็นแก่ผู้ส่งข้อมูล เข้าใจได้ง่าย ปฏิบัติได้จริง มีความชัดเจนในทางกฎหมาย และยังคงอยู่ภายใต้การกำกับดูแลที่เหมาะสม

ก.ล.ต. จึงเสนอปรับปรุงระเบียบวิธีปฏิบัติสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ว่าด้วยการรับส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ปรับปรุงนิยามของผู้ส่งข้อมูลให้ครอบคลุมผู้มีหน้าที่ส่งข้อมูล และผู้มีหน้าที่อื่น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องในกระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นบัญชีผู้ใช้งานสำหรับนิติบุคคลหรือคณะบุคคล (company account) ผู้บริหารบัญชีผู้ใช้งาน (account administrator) และผู้สนับสนุนการนำส่งข้อมูล (ผู้จัดทำหรือเตรียมการข้อมูล) กำหนดบุคคลที่เกี่ยวข้องในการนำส่งข้อมูลต่อ ก.ล.ต. ซึ่งต้องมีการพิสูจน์และยืนยันตัวตนตามระดับความน่าเชื่อถือที่กำหนด และกำหนดให้นิติบุคคลต้องดำเนินการยื่นคำขอลงทะเบียนบัญชีผู้ใช้งานสำหรับนิติบุคคลหรือคณะบุคคล (company account) นอกจากนี้ ยังได้กำหนดวิธีดำเนินการในช่วงเปลี่ยนผ่าน (transition period) เมื่อระเบียบดังกล่าวมีผลใช้บังคับ



ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดปี 2564 ค่าใช้จ่ายกินเจของคนกรุงเทพฯ

หดตัว 8.2% จากสถานการณ์ที่ไม่เอื้อและความระมัดระวังการใช้จ่าย

แม้สถานการณ์โควิดและการเข้าถึงวัคซีนจะเริ่มมีสัญญาณบวก แต่สถานการณ์น้ำท่วมและราคาพลังงานที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้น เป็นปัจจัยเฉพาะหน้าเพิ่มเติมที่เข้ามากระทบความเชื่อมั่นผู้บริโภคกำลังซื้อ และอาจสร้างความไม่สะดวกต่อการใช้จ่ายให้กับผู้บริโภคในช่วงเวลานี้ที่เทศกาลกินเจกำลังจะมาถึงในวันที่ 6-14 ต.ค.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า เทศกาลกินเจปี 2564 คนกรุงเทพฯ จะมีเม็ดเงินค่าใช้จ่ายตลอดช่วงเทศกาลอยู่ที่ 3,600 ล้านบาท หดตัว 8.2% เมื่อเทียบกับเทศกาลกินเจปีก่อน ซึ่งนอกจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ แล้ว ยังเป็นผลจากจำนวนคนที่กินเจลดลง อีกทั้งยังปรับลดจำนวนวันในการกินเจลงเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานออฟฟิศที่บางส่วนยังคง Work From Home จึงไม่เอื้อต่อการจับจ่ายในช่องทางการกินเจที่คุ้นเคยอย่างร้านอาหารข้างทางบริเวณที่ทำงาน ขณะที่ช่องทางร้านสะดวกซื้อและเดลิเวอรี่/ออนไลน์มีแนวโน้มที่คนจะหันมาใช้บริการมากขึ้น เพราะตอบโจทย์ในเรื่องของความหลากหลายของสินค้า และบริการจัดส่งที่สะดวกขึ้น

- ในระยะข้างหน้า ตลาดอาหารวีแกนน่าจะเติบโตขึ้นไม่เฉพาะแต่ในช่วงเทศกาลกินเจเท่านั้น แต่จากพฤติกรรมของคนไทยที่หันมาเลือกบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ รวมถึงกระแสรักสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ดี การจะเพิ่มอัตราการบริโภคและยอดขายได้มากหรือน้อยนั้นคงขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยที่ผู้บริโภคจะให้น้ำหนัก ไม่ว่าจะเป็นราคา รสชาติ ความหลากหลายของสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

จากสถานการณ์โควิดในประเทศที่ดีขึ้น ทั้งจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันที่ลดลงมาต่ำกว่า

ระดับ 1 หมื่นคนในบางวัน การเร่งและกระจายการฉีดวัคซีนให้กับประชาชน จนนำมาสู่การคลายล็อกดาวน์กิจกรรมทางเศรษฐกิจเพิ่มเติมในช่วงเริ่มต้นไตรมาสสุดท้ายของปี การผ่อนคลายข้อจำกัดสำหรับการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ครอบคลุมหลายจังหวัดมากขึ้น สะท้อนว่าภาวะซบเซาของกิจกรรมทางเศรษฐกิจน่าจะผ่านจุดเลวร้ายที่สุดจากโรคโควิดมาแล้ว อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาสถานการณ์ต่างๆ พบว่า ยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่อาจจะกระทบความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ที่สำคัญเฉพาะหน้าคือ สถานการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ซึ่งยังมีความไม่แน่นอนว่าจะยกระดับความรุนแรงมากขึ้นเพียงใด เนื่องจากเหตุการณ์ยังไม่ยุติ ฤดูฝนยังไม่สิ้นสุด และมีการคาดการณ์ว่าอาจจะยังมีพายุอีก 1-2 ลูกเข้ามาหลังจากนี้ นอกจากนี้ การเร่งตัวขึ้นของราคาพลังงานในตลาดโลกท่ามกลางเงินบาทที่อ่อนค่า ก็เป็นอีกตัวแปรที่จะส่งผลกระทบต่อทิศทางราคาพลังงานในประเทศให้ขยับสูงขึ้น ซึ่งจากทั้งสองปัจจัยดังกล่าว ไม่เพียงจะมีผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคที่เดิมก็เปราะบางอยู่แล้ว ขณะเดียวกัน ความไม่สะดวกในการเดินทางและการขนส่งในพื้นที่ประสบภัย ความเสียหายต่อพืชผลเกษตร ก็ยังเป็นแรงกดดันด้านต้นทุนและราคาสินค้าโดยเฉพาะผัก ซึ่งอาจส่งผลกระทบตามมาต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคในช่วงเวลานี้ที่เทศกาลกินเจกำลังจะมาถึง

ดังนั้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทยจึงมีมุมมองที่ค่อนข้างระมัดระวังต่อสถานการณ์และบรรยากาศในการจับจ่ายของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลกินเจระหว่างวันที่ 6-14 ตุลาคม 2564 นี้ โดยคาดว่า ในช่วงเทศกาลกินเจปี 2564 คนกรุงเทพฯ

จะมีเม็ดเงินค่าใช้จ่ายตลอดช่วงเทศกาลคิดเป็นมูลค่า 3,600 ล้านบาท หดตัว 8.2% เมื่อเทียบกับเทศกาลกินเจปีก่อน ซึ่งนอกจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ข้างต้นแล้ว คนกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่น่าจะยังคงใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง และยังคงมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยในการออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน แม้ว่าผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า คนกรุงเทพฯ 55% ยังคงสนใจเข้าร่วมเทศกาลกินเจ แต่มีการปรับลดจำนวนวันในการกินเจลงเมื่อเทียบกับปีก่อน โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากความไม่สะดวกในการบริโภค เนื่องจากเปลี่ยนรูปแบบการทำงานไปสู่การ Work From Home และลดการออกนอกบ้านโดยไม่จำเป็น ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการเข้าถึงแหล่งจับจ่ายที่คุ้นเคยในปีก่อนๆ ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจร้านอาหารข้างทางบริเวณสถานที่ทำงาน ทั้งแบบตักขายและนั่งทานในร้านอาจได้รับผลกระทบจากความกังวลของผู้บริโภคในเรื่องของความปลอดภัยและไม่สะดวกในการออกไปจับจ่าย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
开泰研究中心 KASIKORN RESEARCH CENTER



ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดปี 2564 ค่าใช้จ่ายกินเจของคนกรุงเทพฯ

หดตัว 8.2% จากสถานการณ์ที่ไม่เอื้อและความระมัดระวังการใช้จ่าย

ขณะที่ ธุรกิจค้าปลีกกลุ่มร้านสะดวกซื้อ รวมถึงร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารผ่านช่องทางเดลิเวอรี่หรือออนไลน์คาดว่าจะได้รับความนิยมมากขึ้นจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะการสั่งซื้อจากกลุ่มร้านอาหาร Food Chain ที่หันมาเพิ่มเมนูอาหารเจ/วีแกนมากขึ้นเพื่อรุกตลาดผู้บริโภคที่รักสุขภาพ รวมถึงร้านค้าปลีกสะดวกซื้อที่มีการวางจำหน่ายอาหารเจ/วีแกน ที่หลากหลายขึ้นและมีการจัดส่งเดลิเวอรี่ ทั้งแบบดั้งเดิม (เช่น อาหารเจสำเร็จรูปพร้อมทาน/แช่เย็น นมถั่วเหลือง น้ำผัก-ผลไม้) และรูปแบบใหม่ๆ อย่างผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจากกลุ่มโปรตีนทางเลือก สะท้อนได้จากคนกรุงเทพฯ กว่า 81% ที่คาดว่าจะกินเจในปีี้ สนใจจะเลือกรับประทานเมนูอาหารที่เป็นกลุ่มโปรตีนทางเลือก เพราะอยากลองทาน มีเมนูที่หลากหลาย และหาซื้อได้ง่ายขึ้น

อย่างไรก็ดี แม้ว่าปีนี้คนกรุงเทพฯ จะสนใจอยากลองทานอาหารเจกลุ่มโปรตีนทางเลือกมากขึ้น แต่ก็ยังคงกังวลในเรื่องของปัจจัยทางด้านราคา รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการ (ปริมาณสารอาหาร และแคลอรี) ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาทาน โดยเฉพาะในภาวะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคยังเปราะบาง และด้วยราคาของโปรตีนทางเลือกที่ค่อนข้างสูงกว่าเมื่อเทียบกับอาหารเจเมื่อปกติ จึงมีผลต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภค ดังนั้น หากผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และทำกลยุทธ์การตลาดให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคในจุดนี้ได้ ก็น่าจะช่วยหนุนให้ตลาดอาหารกลุ่มโปรตีนทางเลือกมีแนวโน้มเติบโตขึ้น โดยเฉพาะการทำโปรโมชันด้านราคา ซึ่งนอกจากจะช่วยจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาเลือก

ซื้อสินค้าแล้ว ยังอาศัยช่วงเทศกาลกินเจทำการตลาดให้สินค้าเป็นที่รู้จักและหันมาทดลองทานมากขึ้น โดยเฉพาะภายหลังจากหมดเทศกาลก็ยังสามารถหารับประทานได้ง่าย เป็นต้น

สำหรับผู้ประกอบการกลุ่มอื่นๆ ก็อาจจะต้องวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพตลาด เพื่อให้ธุรกิจยังคงมียอดขายอาหารเจเข้ามาบ้างในช่วงเทศกาล เช่น เน้นความคุ้มค่าคุ้มค่าราคา ชูจุดขายเมนูสุขภาพ หรือเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคทั้งในเรื่องของการสร้างสรรค์เมนู การเลือกวัตถุดิบ ช่องทางการสั่งซื้อ ตลอดจนบริการส่งสินค้าตามวันเวลาที่ลูกค้าสะดวก เป็นต้น

มองไปข้างหน้า ด้วยพฤติกรรมของคนไทยในภาพรวมที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น จึงมีกลุ่มผู้บริโภคที่เริ่มหัน

มาบริโภคอาหารวีแกน และไม่ได้จำกัดเฉพาะเทศกาลกินเจเท่านั้น ทำให้คาดว่า โอกาสของตลาดอาหารวีแกนในไทยจะยังสามารถขยายตัวได้อีกในระยะข้างหน้า ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนผู้บริโภควีแกนไทย (รวมถึงมังสวิรัตินะ) ราว 9 ล้านคน และน่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามเทรนด์บริโภคอาหารวีแกนโลก สะท้อนได้จากแนวโน้มสัดส่วนของประชากรไทยที่ไม่บริโภคเนื้อสัตว์น่าจะขยับขึ้นจาก 12.0% ในปี 2560 เป็น 15% ได้ภายในปี 2564 แต่การจะเพิ่มจำนวนผู้บริโภค รวมถึงอัตราการบริโภคได้มากหรือน้อยนั้น คงขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยเฉพาะในเรื่องของราคา รสชาติ ความหลากหลายของสินค้า ตลอดจนช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
开泰研究中心 KASIKORN RESEARCH CENTER



PwC คาดปริมาณและมูลค่าการทำดีลในประเทศไทยจะพุ่งสูงในอีก 12 เดือนข้างหน้าเพื่อปรับตัวกับยุคหลังโควิด

PwC ประเทศไทย คาดปริมาณและมูลค่าการทำดีลในประเทศไทยในอีก 12 เดือนข้างหน้าจะสูงกว่าช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ หลังธุรกิจมีความหวังว่าประเทศไทยจะสามารถกลับมาเปิดทำการได้ตามปกติได้อีกครั้ง ซึ่งมีการรวบรวมและซื้อขายกิจการในอุตสาหกรรมบริการทางการเงินและกลุ่มสินค้าสำหรับผู้บริโภค รายย่อยของไทยมากที่สุดในช่วงครึ่งแรกของปี 2564 ขณะที่กิจกรรมการรวบรวมและซื้อกิจการของไทยในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้สูงกว่าปีที่ผ่านมา

นางสาว อัมมกฤษ ไซติกพนิช
หุ้นส่วนและหัวหน้าสายงานดีล
บริษัท PwC ประเทศไทย เปิดเผยว่า ปริมาณและมูลค่าการทำดีลในประเทศไทยในอีก 12 เดือนข้างหน้าจะสูงกว่าช่วง 6 เดือนแรกของปี 2564 หลังจากที่ถูกธุรกิจเริ่มมีความหวังว่าจะกลับมาเปิดทำการได้ตามปกติได้อีกครั้ง (Reopening) จึงพร้อมที่จะลงทุนหรือทำกิจกรรมดีลในธุรกิจที่จะเป็นเทรนด์ของโลกหลังสถานการณ์โควิด-19 ผ่านพ้นไปเพื่อสามารถสร้างรายได้และกระแสเงินสดได้ทันทีเมื่อทุกอย่างเริ่มฟื้นตัว

นอกจากนี้ ยังพบว่า ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2564 ปริมาณและมูลค่าการทำดีลในประเทศไทยปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา เนื่องจากต้นทุนทางการเงินที่ค่อนข้างต่ำ ซึ่งหลายบริษัทมองว่า เป็นจังหวะในการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ทบทวนธุรกิจที่พอร์ตโฟลิโอ และความสามารถในการทำธุรกิจเดิมของตน ขณะ

ที่บางแห่งตัดขายธุรกิจ หรือแสวงหาธุรกิจใหม่ที่ตนเองยังขาด หรือมีโอกาสเติบโตในอนาคตมากกว่าเข้ามาเสริมความแข็งแกร่ง นางสาว อัมมกฤษ กล่าว

“น่าแปลกใจมากที่เราเห็นกิจกรรมดีลในประเทศไทยทั้งฝั่งซื้อและฝั่งขายเยอะมาก หลายคนอาจมองว่า ตลาดเงียบเพราะโควิด-19 แต่จริงๆ แล้วหลายบริษัททำดีลเงียบๆ เพราะพวกเขาเห็นแล้วว่า การเกิดโควิด-19 เหมือนเป็นตัวกระตุ้นปฏิกิริยาทำให้เราเห็นการเปลี่ยนแปลงหลายๆ อย่างในโลก พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป ผู้คนพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น ธุรกิจจึงกลับมาทบทวนพอร์ตโฟลิโอของตัวเองว่า ธุรกิจที่มีอยู่นั้นมีศักยภาพและความสามารถในการเติบโตแค่ไหน ควรจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางไหนที่เชื่อมโยงกับแนวโน้มของโลกหลังโควิด-19 นี่จึงนำไปสู่การซื้อกิจการเพื่อเปลี่ยนผ่านธุรกิจของตัวเองทางลัด ในทางกลับกัน หลายบริษัทก็ตัดสินใจขายทิ้งบางธุรกิจที่มีอยู่แต่ยังเชี่ยวชาญ เพราะเป็นธุรกิจที่ไม่เหมาะกับเทรนด์ในอนาคตเพื่อถือเงินสดเก็บไว้ทำธุรกิจ หรือรอจังหวะที่ดีในการลงทุน” นางสาว อัมมกฤษ กล่าว

ทั้งนี้ แนวโน้มดังกล่าวของประเทศไทยยังสอดคล้องกับรายงาน Global M&A Industry Trends: 2021 mid-year outlook ของ PwC ที่วิเคราะห์การทำดีลทั่วโลกและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมดีลเพื่อระบุถึงแนวโน้มสำคัญที่ขับเคลื่อนกิจกรรมการรวบรวมกิจการ (Mergers and

Acquisitions) และคาดการณ์การลงทุนในช่วงที่เหลือของปี 2564 และในปี 2565 ที่พบว่า ในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ทั่วโลกมีการทำดีลสูงสุดเป็นประวัติการณ์ทั้งในแง่ของปริมาณและมูลค่าของดีล โดยมูลค่าของดีลทั่วโลกยังสร้างสถิติการเติบโตมากกว่า 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐต่อไตรมาส (ราว 33 ล้านล้านบาทต่อไตรมาส) ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา โดยมูลค่าที่เพิ่มขึ้นนั้นมาจากบริษัทที่สร้างขึ้นเพื่อระดมเงินทุนไปซื้อบริษัทอื่น (Special purpose acquisition companies: SPAC) บวกกับการเพิ่มทุนของการลงทุนในหุ้นที่ไม่มีตลาดรอง (Private Equity: PE) และการเข้าซื้อกิจการขององค์กรโดยเน้นไปที่สินทรัพย์ทางด้านเทคโนโลยี M&A ในอุตสาหกรรมบริการทางการเงินและผู้บริโภค รายย่อยของไทยบูม



PwC คาดปริมาณและมูลค่าการทำดีลส์ในไทยจะพุ่งสูงในอีก 12 เดือน ข้างหน้าเพื่อปรับตัวกับยุคหลังโควิด

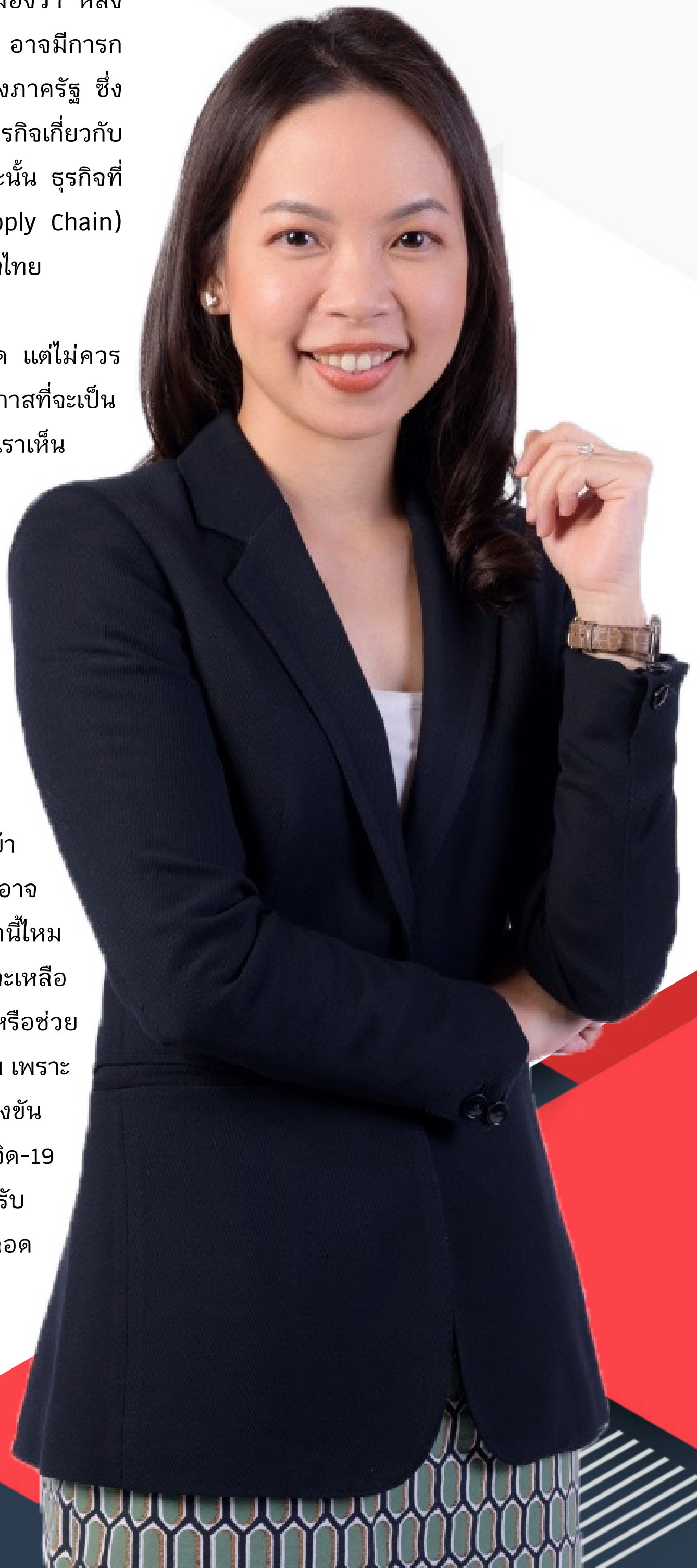
นางสาว ฉันทนุช กล่าวต่อว่า ธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการทางการเงิน (Financial Services) และกลุ่มสินค้าเพื่อผู้บริโภครายย่อย (Retail Consumer and Business to Customer) ของไทย ถือเป็นสองกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการทำดีลส์ควมรวมและซื้อกิจการมากที่สุดในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ปรับโครงสร้างต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการทำกำไร รองลงมาเป็นธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมที่จะรองรับการเติบโตของโลกอนาคต เช่น ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ดาต้าเซ็นเตอร์ อาหารในกลุ่มต้นน้ำ แหล่งวัตถุดิบ และแหล่งผลิต เป็นต้น

แตกต่างจากแนวโน้มการทำดีลส์ทั่วโลกในช่วงครึ่งแรกของปีที่ผ่านมา ซึ่งรายงานของ PwC ระบุว่า การทำดีลส์ส่วนใหญ่เป็นการควบรวมและซื้อกิจการในธุรกิจเทคโนโลยี สื่อ และโทรคมนาคม ซึ่งคิดเป็นหนึ่งในสามของเมกะดีลส์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ ขณะที่การมุ่งไปสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero) ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการควบรวมและซื้อกิจการในอุตสาหกรรมพลังงาน สาธารณูปโภค และทรัพยากรอีกด้วย โดยพบว่า ปัจจุบันปริมาณและมูลค่าของดีลส์ในอุตสาหกรรมนี้ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาสู่ระดับก่อนเกิดโรคระบาด

นางสาว ฉันทนุช กล่าวว่า แม้กิจกรรมการทำดีลส์ในไทยจะมีความคึกคัก แต่ยังมีธุรกิจบางประเภทที่เห็นการทำดีลส์น้อย เช่น โรงแรม และสายการบิน เพราะถึงแม้ตลาดจะมองว่า ธุรกิจเหล่านี้มีราคาถูกลงกว่าเดิมแล้ว แต่ผู้ซื้อกลับมองว่า ธุรกิจเหล่านี้ยังไม่ใกล้เวลาฟื้นตัวจริง ๆ

หากซื้อกิจการในเวลานี้ เงินที่ลงทุนก็จะจมหายไป เพราะไม่สามารถสร้างรายได้ หรือเงินสดหมุนเวียนในกิจการได้ทันที โดยมองว่า หลังสถานการณ์โควิด-19 ผ่านพ้นไป อาจมีการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการลงทุนของภาครัฐ ซึ่งกลุ่มที่จะได้รับประโยชน์น่าจะเป็นธุรกิจเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานและก่อสร้าง ฉะนั้น ธุรกิจที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เหล่านี้จะเป็นเทรนด์ในอนาคตของไทย

“แม้ว่าเวลานี้ธุรกิจควรถือเงินสด แต่ไม่ควรกลัว อยากแนะนำให้รีบมองหาโอกาสที่จะเป็นประโยชน์กับธุรกิจในอนาคต หากเราเห็นเทรนด์และมีแหล่งเงินทุนพร้อมควรรีบทำดีลส์ที่มองไว้ สำหรับธุรกิจที่ยังตั้งรับสถานการณ์วันต่อวัน อยากแนะนำให้แบ่งเวลา มาศึกษา เทรนด์ของตลาดและกลับมาทบทวนตัวเองว่า ด้วยรูปแบบธุรกิจเดิม องค์กรเหมาะที่จะโฟกัสธุรกิจไหนที่เข้ากับเทรนด์ หรือธุรกิจยังขาดอะไร ต้องรีบซื้อเข้ามาเสริม ส่วนธุรกิจอะไรที่ไม่เหมาะ อาจพิจารณาว่า ควรขายออกในเวลานี้ไหม เพื่อที่กำลังคนและเงินของบริษัทจะเหลือมากขึ้น และหาธุรกิจที่จะสร้าง หรือช่วยรักษามูลค่าของกิจการเข้ามาเสริม เพราะการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน อาจไม่เพียงพอสำหรับโลกหลังโควิด-19 แต่ธุรกิจจะต้องมีความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงต่อไปที่เกิดขึ้นตลอดเวลา” นางสาว ฉันทนุช กล่าว



"โรงงานโมแปงสาธิตรายใหญ่ และมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในประเทศ"



ดร.ชาณุภุช เดชวิทักษ์

รองประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ
บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน)





อันไชน์ Business

PTG คว้ารางวัล
สุดยอดองคักร ‘นวัตกรรม’
ดีเด่นแห่งปี 2564



**ธนาคารกรุงเทพ เคียงข้างสู้ภัยโควิด-19 มอบเงิน
1 ล้านบาท สมทบทุนสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ (สพฉ.)
จัดซื้ออุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (PPE)**



CPANEL เกรด mai วันแรก

โซฟี่พื้นฐานแข็งแกร่ง - เติบโตสูง



ผู้แทนจำหน่าย พื้ที้ สเตชั่น จ.สุโขทัย
ผ่นักกำลังส่งความช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย จ.สุโขทัย
มอบถุงยังชีพ จำนวน 600 ชุดรวมมูลค่า 300,000 บาท





สรุปมูลค่าการซื้อขาย

สรุปการซื้อขาย ณ วันที่ 30 ก.ย. 2564

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	4,828.20	5.33	7,647.78	8.44	-2,819.58	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	8,968.19	9.89	8,723.66	9.62	244.53	-
นักลงทุนต่างประเทศ	39,028.99	43.05	40,189.25	44.33	-1,160.26	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	37,824.71	41.73	34,089.41	37.61	3,735.31	-

มูลค่าการซื้อขายสะสมในช่วง 1 - 30 ก.ย. 2564

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	120,117.35	6.05	135,442.11	6.82	-15,324.76	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	200,787.58	10.11	199,409.50	10.04	1,378.09	-
นักลงทุนต่างประเทศ	815,124.13	41.03	803,986.91	40.46	11,137.22	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	850,856.59	42.82	848,047.14	42.68	2,809.45	-

มูลค่าการซื้อขายสะสมตั้งแต่ 1 ม.ค. - 30 ก.ย. 2564

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	1,150,145.28	7.00	1,191,087.36	7.25	-40,942.07	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	1,632,597.96	9.94	1,619,870.50	9.86	12,727.46	-
นักลงทุนต่างประเทศ	6,231,438.69	37.93	6,308,144.03	38.40	-76,705.33	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	7,413,874.50	45.13	7,308,954.55	44.49	104,919.95	-



Market for Alternative Investment

สรุปมูลค่าการซื้อขาย

สรุปการซื้อขาย ณ วันที่ 30 ก.ย. 2564

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	17.79	0.40	48.35	1.10	-30.56	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	5.98	0.14	7.08	0.16	-1.09	-
นักลงทุนต่างประเทศ	462.82	10.49	563.78	12.78	-100.96	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	3,925.77	88.97	3,793.15	85.97	132.62	-

มูลค่าการซื้อขายสะสมในช่วง 1 - 30 ก.ย. 2564

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	1,321.75	1.01	1,316.03	1.01	5.72	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	151.09	0.12	156.47	0.12	-5.38	-
นักลงทุนต่างประเทศ	14,797.12	11.34	15,131.54	11.60	-334.43	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	114,221.49	87.53	113,887.40	87.28	334.08	-

มูลค่าการซื้อขายสะสมตั้งแต่ 1 ม.ค. - 30 ก.ย. 2564

หน่วย: ล้านบาท

นักลงทุน	ซื้อ		ขาย		สุทธิ	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สถาบันในประเทศ	8,888.91	0.95	7,172.25	0.77	1,716.66	-
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	846.35	0.09	929.52	0.10	-83.17	-
นักลงทุนต่างประเทศ	71,348.00	7.63	73,814.45	7.89	-2,466.45	-
นักลงทุนทั่วไปในประเทศ	854,113.09	91.33	853,280.14	91.24	832.95	-



สืบอันดับหลักทรัพย์

* ข้อมูลเพื่อการศึกษาระดับหรือใช้งานส่วนบุคคลเท่านั้น ไม่ใช้เพื่อประกอบการซื้อขายหลักทรัพย์
* ข้อมูลล่าสุด 30/09/2564 17:15:43

ดัชนี	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง	%เปลี่ยนแปลง	สูงสุด	ต่ำสุด	ปริมาณ ('000 หุ้น)	มูลค่า (ล้านบาท)
SET	1,605.68	-11.30	-0.70	1,621.15	1,601.79	34,584,597	90,650.11
SET50	964.35	-7.50	-0.77	974.00	960.49	2,055,306	47,868.36
SET100	2,194.43	-17.59	-0.80	2,218.09	2,186.83	4,290,214	63,404.00
sSET	1,000.81	-8.59	-0.85	1,013.39	998.33	926,132	4,185.11
SETCLMV	1,041.65	-4.38	-0.42	1,052.44	1,037.06	2,167,494	36,097.92
SETHD	1,119.13	-8.04	-0.71	1,130.85	1,115.83	1,907,259	24,514.99
SETTHSI	1,013.52	-6.61	-0.65	1,023.02	1,008.98	2,518,289	46,074.45
SETWB	955.97	-3.58	-0.37	965.42	951.12	512,209	13,135.31
mai	544.68	-4.20	-0.77	550.49	542.89	3,042,192	4,412.36

SET

mai

เลือกดูตามประเภทหลักทรัพย์

หุ้นสามัญ

Go

มูลค่าซื้อขาย 10 อันดับ

หลักทรัพย์	มูลค่า AOM ('000 บาท)	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง (%)
KBANK	5,280,329.75	133.50	-4.00 (-2.91%)
GUNKUL	5,164,439.51	4.86	+0.06 (+1.25%)
SCB	3,270,952.25	122.00	-2.50 (-2.01%)
TRUE	3,214,510.83	3.80	-0.20 (-5.00%)
UBE	3,047,365.93	2.06	-0.34 (-14.17%)
PTT <XD>	2,482,735.08	39.00	-0.25 (-0.64%)
AOT	2,041,181.35	61.00	-1.00 (-1.61%)
BBL	1,947,946.05	116.50	-3.50 (-2.92%)
DELTA	1,546,597.40	470.00	-8.00 (-1.67%)
PTTEP	1,411,399.20	117.50	-1.50 (-1.26%)

ปริมาณซื้อขาย 10 อันดับ

หลักทรัพย์	ปริมาณ AOM (หุ้น)	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง (%)
AQ <C>	1,665,963,800	0.05	- (-)
UBE	1,330,909,600	2.06	-0.34 (-14.17%)
GUNKUL	1,046,219,900	4.86	+0.06 (+1.25%)
TRUE	837,306,900	3.80	-0.20 (-5.00%)
RPC	312,425,300	1.73	+0.05 (+2.98%)
TTB	252,999,900	1.11	-0.03 (-2.63%)
ACE	248,096,600	3.64	-0.20 (-5.21%)
EMC	241,783,500	0.29	- (-)
CPT	239,209,000	1.07	+0.04 (+3.88%)
GEL	235,373,700	0.44	-0.03 (-6.38%)

ราคาเพิ่มขึ้น 10 อันดับ

หลักทรัพย์	ปริมาณ AOM (หุ้น)	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง (%)
PPP	11,164,000	2.52	+0.32 (+14.55%)
GIFT	12,039,000	2.92	+0.34 (+13.18%)
TSI <C>	41,790,000	0.44	+0.05 (+12.82%)
KKC	45,985,000	1.45	+0.13 (+9.85%)
NEP <C>	64,687,900	0.56	+0.05 (+9.80%)
CITY	14,772,200	3.26	+0.26 (+8.67%)
TYCN	67,545,700	4.32	+0.34 (+8.54%)
CFRESH	29,596,300	3.88	+0.28 (+7.78%)
SIAM	9,118,400	2.12	+0.13 (+6.53%)
TBSP	1,100	23.10	+1.40 (+6.45%)

ราคาลดลง 10 อันดับ

หลักทรัพย์	ปริมาณ AOM (หุ้น)	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง (%)
UBE	1,330,909,600	2.06	-0.34 (-14.17%)
CPI	31,582,000	4.68	-0.52 (-10.00%)
M-PAT	12,400	3.92	-0.38 (-8.84%)
VPO	32,759,300	2.02	-0.14 (-6.48%)
GEL	235,373,700	0.44	-0.03 (-6.38%)
NCAP	20,928,800	10.30	-0.70 (-6.36%)
FORTH	4,763,100	16.40	-1.10 (-6.29%)
TNPC	3,290,300	3.30	-0.22 (-6.25%)
EE	228,452,300	1.68	-0.11 (-6.15%)
UNIQ	7,536,000	6.35	-0.40 (-5.93%)

HOONINSIDE



ติดตาม Magazine Hooninside ได้แล้ววันนี้



WWW.HOONINSIDE.COM



LINE : HOONINSIDE

NEWSCENTER

PROGRAM NEWS CENTER



@HOONINSIDE

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