

H O O N I N S I D E



รัฐวิรุฬห์ ชาญจิงถาวร
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

สมยศ ชาญจิงถาวร
รองประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร

PQS

สู่ผู้นำตลาด

“มันสำปะหลัง” ในระดับโลก

บริษัท พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช จำกัด (มหาชน) หรือ PQS



ที่ปรึกษา
ชาलगอง ปัทมพงศ์
ภัทธีรา ดิษฐรุ่งธีรเทพ
สาธิต วรรณศิลป์
พิพัฒน์ นวสวัสดิ์
เทวัญ จงกลรอด
ธณพงศ์ มีทอง
ภากร ยังแจ่ม

บรรณาธิการบริหาร
ประสิทธิ์ กรโชคนันต์

หัวหน้าข่าว
อณูภา ศิริรอง

กองบรรณาธิการ
ณภัค ภัทรสุปรีดี

กราฟิก
วิชัยพล นาคสุข
ศิวีไล สอนใหม่
ศักดาจรัส จันทรินพ

ติดต่อโฆษณา

คุณนุ้ย
02-276-5976
E-mail :
reporter@hooninise.com

CONTENT

ข่าวจากปก	04
ข่าวบริษัทจดทะเบียน	11
ข่าวการเงิน	20
อินไซด์ Business	29
สรุปการซื้อขาย	30



MAGAZINE HOONINSIDE

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

พื้ แมกซ์ การ์ด พลัส
ช่วยคนไทยแบกบา
ลงทุนวันละ 1 บาทกว่า

ลดค่าน้ำมันสูงสุด
1,200 บาท*



ลดน้ำมันเครื่องสูงสุด
3,576 บาท**



ลดค่ากาแฟสูงสุด
4,500 บาท***



* คำนวณจากส่วนลดค่าน้ำมันต่อปี ลิตรละ 50 สตางค์ สูงสุดเดือนละ 200 ลิตร
** คำนวณจากส่วนลด 60% ของน้ำมันเครื่องเกรดสังเคราะห์แท้ ราคาสูงสุด 2,980 บาท จำนวน 2 ลิตร ในระยะเวลา 1 ปี
*** คำนวณจากส่วนลด 50% ของกาแฟพันธุ์ไทย ราคาสูงสุด 75 บาท จำนวน 10 ลิตรต่อเดือน ในระยะเวลา 1 ปี



PQS สู้ผู้นำตลาด มั่นสำปะหลัง “ในระดับโลก”

PQS ฤกษ์ดี พร้อมเทรดกระดาน SET 15 ก.พ.นี้
ระบุนำเงินระดมทุนสร้าง **sv. แป้งมันสำปะหลัง**

PQS ฤกษ์ดีพร้อมเปิดซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ **SET 15 ก.พ.นี้** 2 แม่ทัพใหญ่ “**สมยศ ชาญจักรวรร**” ประธานกรรมการบริหาร และ “**รัฐวิรุฬห์ ชาญจักรวรร**” ซีอีโอ มั่นใจไม่ทำให้นักลงทุนผิดหวัง ระบุนำเงินระดมทุนครั้งนี้ **สร้าง sv. แป้งมันสำปะหลัง** เพื่อรองรับความต้องการของตลาดอาหารที่เพิ่มสูงขึ้น สะท้อนความตั้งใจผู้บริหาร

บนเส้นทางการดำเนินธุรกิจ พร้อมนำพาบริษัทฯ มุ่งสู่การเติบโตในธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งมันสำปะหลัง และอุตสาหกรรมแปรรูปอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการอาหาร

รวมทั้งการจำหน่ายกระแสไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพเพื่อ
จำหน่ายในโรงงานและจำหน่ายให้การไฟฟ้า
ส่วนภูมิภาค อย่างแข็งแกร่ง และยั่งยืน

นายสมยศ ชาญจักรวรร

รองประธานกรรมการและประธานกรรมการบริหาร
บริษัท พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช จำกัด (มหาชน) หรือ PQS

กล่าวว่า บริษัทฯ พร้อมนำ
หุ้น PQS จำนวน 170 ล้านหุ้น
เข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย หรือ SET ใน
กลุ่มอุตสาหกรรม เกษตรและ
อุตสาหกรรมอาหาร หมวดธุรกิจ
อาหารและเครื่องดื่ม ในวันที่
15 กุมภาพันธ์ 2566
ใช้ชื่อย่อว่า “**PQS**”

โดยการเข้าระดมทุนในครั้งนี้
สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจของทีม
บริหารและพนักงานบริษัทฯ บน
เส้นทางการดำเนินธุรกิจ ตอกย้ำ
ถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของ PQS

หลังจากที่ได้จัดตั้งบริษัทฯ และ
พัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการ
แข่งขันสู่ผู้นำตลาดมันสำปะหลังใน
ระดับโลก

โดยการระดมทุนในครั้งนี้ จะเพิ่ม
ความแข็งแกร่งด้านฐานทุน
เพิ่มศักยภาพในการเติบโต และ
ความสามารถในการแข่งขัน และ
สนับสนุนให้ PQS ก้าวสู่เป้าหมาย
ผู้นำด้านการผลิตสินค้าแป้งมัน
สำปะหลังที่ผลิตมีคุณภาพตรงตาม
มาตรฐานที่กำหนดไว้ในระดับสากล
รวมถึงระบบบริหารจัดการที่ดีไม่มี
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



นายรัฐวิรุฬห์ ชาญจิงถาวร

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช จำกัด (มหาชน) หรือ PQS

กล่าวว่า จุดเด่นของบริษัทฯ คือ มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมผลิตแป้งมันสำปะหลัง และมีโรงงานใน จ.มุกดาหาร และ จ.สกลนคร ที่อยู่บนทำเลที่อุดมไปด้วยวัตถุดิบมันสำปะหลังคุณภาพจากเกษตรกรในพื้นที่ ส่งผลให้วัตถุดิบมีความสดใหม่อยู่เสมอ

ส่งผลให้สินค้าแป้งมันสำปะหลังที่ผลิตมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในระดับสากล รวมถึงระบบบริหารจัดการที่ดีไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน สะท้อนถึงพื้นฐานที่แข็งแกร่ง และแนวโน้มการเติบโตที่ยั่งยืน



สำหรับเงินที่ได้จากการระดมทุนในครั้งนี้ จะใช้เป็นเงินลงทุน และใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับแผนเติบโตของบริษัทฯ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตและจำหน่าย

แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก



1. ผลิตภัณฑ์แป้งมันสำปะหลัง (Tapioca) เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหัวมันสำปะหลัง



2. การผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ (Biogas)

โดยงวด 9 เดือนแรกในปี 2565 มีสัดส่วนการผลิตและจำหน่ายแป้งมันสำปะหลัง และการผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ

ในสัดส่วน 98.53% และ 1.47% ตามลำดับ

นายเสกสรรค์ รโนปจัย

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

บริษัท ฟิน พลัส แอดไวเซอร์ จำกัด ในฐานะที่ปรึกษาทางการเงิน
บริษัท พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช จำกัด (มหาชน) หรือ PQS

กล่าวว่า การเข้าจดทะเบียนของ PQS ในครั้งนี้ จะยิ่งเสริมสร้างภาพลักษณ์และศักยภาพการเป็นผู้นำแถวหน้าในอุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายแป้งมันสำปะหลัง โดย PQS สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและหลากหลายมากขึ้น

รวมทั้งการต่อยอดสู่อุตสาหกรรมแปรรูปอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับอาหาร รวมทั้งการจำหน่ายกระแสไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ เพื่อจำหน่ายในโรงงานและจำหน่ายให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและให้บริการลูกค้า เพิ่มความเชื่อมั่นในการให้บริการได้เป็นอย่างดี

ขณะที่เงินระดมทุนครั้งนี้ บริษัทฯ จะนำไปสร้างโรงงานแป้งมันสำปะหลัง และลงทุนก่อสร้างโรงไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ (Biogas) สะท้อนไปยังผลการดำเนินงานที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด ช่วยสนับสนุนสร้างการเติบโตในอนาคต



นายธีรวัตร ศิลปสนรยานนท์

ผู้อำนวยการ บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันซ่า จำกัด

ในฐานะผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่าย
บริษัท พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช จำกัด (มหาชน) หรือ PQS

กล่าวว่า PQS เป็นหุ้นในกลุ่มอุตสาหกรรม เกษตรและ
อุตสาหกรรมอาหาร หมวดธุรกิจ อาหารและเครื่องดื่ม
ที่น่าสนใจ จากราคาไอพีโอที่ระดับ 6.00 บาทต่อหุ้น

เป็นราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับปัจจัยพื้นฐานที่
แข็งแกร่ง มีผลประกอบการที่ดีขึ้นต่อเนื่องทั้งในแง่
รายได้และความสามารถในการทำกำไร

โดยการเสนอขายหุ้นไอพีโอที่ผ่านมา ได้รับความสนใจจาก
นักลงทุนเป็นอย่างดี สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นและ
ศักยภาพของบริษัทฯ ที่มีผลการดำเนินงาน

เติบโตต่อเนื่อง และใน 3 ปีล่าสุดยังสามารถทำรายได้และ
กำไรให้เติบโตต่อเนื่องเช่นเดียวกัน จึงมั่นใจว่าการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือ SET
จะยิ่งทำให้ PQS เติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง และมั่นใจว่า
PQS จะเป็นหุ้นน้องใหม่ที่สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีให้
กับนักลงทุนได้ในระยะยาว



ตลาดหลักทรัพย์ฯ ต้อนรับ บมจ. พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช PQS เริ่มซื้อขาย 15 ก.พ. นี้

บมจ. พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งมันสำปะหลัง (Native Starch) แป้งมันสำปะหลังดัดแปร (Modified Starch) รวมถึงผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ (Biogas) พร้อมเข้าซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 15 ก.พ. นี้ ด้วยมูลค่าหลักทรัพย์ ณ ราคา IPO 4,020 ล้านบาท โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า "PQS"

นายแมนพงศ์ เสนาณรงค์

รองผู้จัดการ หัวหน้าสายงานผู้ออกหลักทรัพย์
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



เปิดเผยว่า ตลาดหลักทรัพย์ฯ ยินดีต้อนรับ บมจ. พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช เข้าจดทะเบียนและเริ่มซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ฯในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร หมวดยานยนต์และเครื่องใช้ โดยใช้ชื่อย่อในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่า "PQS" ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2566

PQS ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายแป้งมันสำปะหลัง (Native Starch) และแป้งมันสำปะหลังดัดแปร (Modified Starch) ภายใต้ตราสินค้า PQS และ TWO CRANE โดยจำหน่ายสินค้าให้ผู้ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารเป็นหลักเพื่อใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตผลิตภัณฑ์

อาหาร เช่น ขนมปัง เส้นก๋วยเตี๋ยว ซอสปรุงรส และสารให้ความหวาน รวมถึงอุตสาหกรรมแปรรูปอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร อาทิ อุตสาหกรรมกระดาษ สิ่งทอ ยารักษาโรค เป็นต้น นอกจากนี้ PQS ยังประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายกระแสไฟฟ้าจากก๊าซ

ชีวภาพ (Biogas) โดยนำวัสดุเหลือใช้ทางเกษตรจากกระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลังมาผลิตกระแสไฟฟ้า ซึ่งสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่กลุ่มบริษัท และสนับสนุนแนวคิดระบบเศรษฐกิจสีเขียว

PQS มีทุนชำระแล้วหลังการเสนอขาย 670 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญเดิม จำนวน 500 ล้านหุ้น และหุ้นสามัญเพิ่มทุน 170 ล้านหุ้น โดยเสนอขายต่อประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก (IPO) 170 ล้านหุ้น ระหว่างวันที่ 7-9 กุมภาพันธ์ 2566 ในราคาหุ้นละ 6 บาท คิดเป็นมูลค่าระดมทุน 1,020 ล้านบาท และมีมูลค่าหลักทรัพย์ ณ ราคา IPO 4,020 ล้านบาท ทั้งนี้ ราคาเสนอขายหุ้น IPO คิดเป็นอัตราส่วนราคาต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (P/E ratio) เท่ากับ 11.85 เท่า โดยคำนวณจาก

ผลประกอบการของบริษัทในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2564 ถึงไตรมาสที่ 3 ของปี 2565 ซึ่งเท่ากับ 339.24 ล้านบาท หาดด้วยจำนวนหุ้นสามัญทั้งหมดของบริษัท หลังการเสนอขาย IPO คิดเป็นกำไรสุทธิต่อหุ้น (fully diluted EPS) เท่ากับ 0.51 บาท โดยมีบริษัท ฟิน พลัส แอดไวเซอร์ จำกัด เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน และบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันซ่า จำกัด เป็นผู้จัดการการจัดจำหน่ายและรับประกันการจัดจำหน่ายหุ้นสามัญ



PREMIER
QUALITY STARCH
GROUP

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ต้อนรับ บมจ. พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช PQS เริ่มซื้อขาย 15 ก.พ. นี้

นายรัฐวิรุฬห์ ชาญจิงถาวร

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บมจ. พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช

เปิดเผยว่า PQS ดำเนินธุรกิจ โดยทีมงานผู้บริหารที่มีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจมาอย่างยาวนาน ทำให้สินค้าของบริษัทมีคุณภาพตามมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล การนำหุ้นสามัญของบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ครั้งนี้

จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับบริษัททั้งในแง่ของต้นทุนทางการเงินที่ลดลง และ

ความเชื่อมั่นของคู่ค้า พร้อมทั้งเสริมศักยภาพในการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ทั้งนี้ สำหรับเงินที่ได้จากการระดมทุนครั้งนี้ จะนำมาใช้เป็นเงินลงทุนสำหรับการขยายกำลังการผลิตแป้งมันสำปะหลัง ก่อสร้างโรงไฟฟ้า Biogas ส่วนเพิ่มเติม ชำระคืนเงินกู้สถาบันการเงิน และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ

PQS มีนโยบายในการจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิตามงบการเงินเฉพาะกิจการของบริษัทฯ ภายหลังจากหักภาษีและเงินทุนสำรองต่าง ๆ ทุกประเภทตามที่กำหนดไว้ในกฎหมาย ทั้งนี้ การจ่ายเงินปันผลดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ โดยจะขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงาน สถานะการเงิน สภาพคล่อง แผนการขยายธุรกิจ ความจำเป็นและความเหมาะสมอื่นใดในอนาคตและปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ หลัง IPO บริษัทจะมีผู้ถือหุ้นใหญ่ ได้แก่ กลุ่มครอบครัวชาญจิงถาวร ถือหุ้น 46% และกลุ่มครอบครัววรวัชชุตีกร ถือหุ้น 20%



PREMIER
QUALITY STARCH
GROUP

PQS เป้า

12-12.70 บ.

บล.ฟิ้นเซีย ไซรัส



ระบุว่า เราประเมินราคาเป้าหมายของ PQS ปี 2023 เท่ากับ 12 บาท อิง PER 16.8 เท่าโดยเทียบเคียงกับบริษัทจดทะเบียนที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้แก่ TPWC และ UBE และใช้ EPS ของปี 2024 ซึ่งรวมโรงงานใหม่ที่บริษัทมีแผนนำเงิน IPO ใช้ลงทุนก่อสร้าง

UOB Kay Hian

บล.ยูโอบี เคย์เฮียน (ประเทศไทย)

ระบุว่า เราประเมินราคาเป้าหมายของ PQS ปี 2023 เท่ากับ 12 บาท อิง PER 16.8 เท่า โดยเทียบเคียงกับบริษัทจดทะเบียนที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้แก่ TPWC และ UBE และใช้ EPS ของปี 2024 ซึ่งรวมโรงงานใหม่ที่บริษัทมีแผนนำเงิน IPO ใช้ลงทุนก่อสร้าง

บล.เคจีไอ



ระบุว่า เราประเมินมูลค่าที่เหมาะสมปี 1H67 ของ PQS เท่ากับ 12.00 บาท อิงจาก PE ที่ 16.0 เท่า ซึ่งเทียบเท่ากับประมาณ 0.5SD ของค่าเฉลี่ย forward PE ของบริษัทอุบล ไลฟ์ เอทานอล (UBE.BK/UBE TB) และบริษัทไทยวา (TWPC.BK/TWPC TB) ที่ทำธุรกิจจำหน่ายแป้งมันสำปะหลังเหมือนกัน

เนื่องจาก PQS มีอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจแป้งมันสำปะหลังที่สูงกว่า รวมถึง PQS มีแผนขยายกำลังการผลิตโรงงานแป้งมันสำปะหลังทั่วไป (Native starch) และแป้งมันสำปะหลังดัดแปร (Modified starch) เพิ่มเติมอีกด้วย ในขณะเดียวกันเราเริ่มดูแลหุ้น PQS ด้วยคำแนะนำ "ซื้อ" โดยเราชอบบริษัทเนื่องจากมีอัตราการเติบโตของกำไรเฉลี่ย (CAGR) ที่สูงประมาณ 25% ในปี 2564-67F

PHILLIP
ASSET MANAGEMENT
Your Partner in Investment

บล. บริษัทหลักทรัพย์ฟาลิป

ระบุว่า ทางฝ่ายเลือกใช้เป็น P/E เฉลี่ยย้อนหลัง 1 ปี +1S.D. ของหุ้น TWPC อยู่ที่ 18.2 เท่า มาใช้อ้างอิงราคา เนื่องจากเป็นคู่แข่งในตลาดที่ทำธุรกิจลักษณะเดียวกันและมีระดับกำไรสุทธิใกล้เคียงกัน ราคาพื้นฐานปี 2566 ของ PQS อยู่ที่ 12.7 บาท/หุ้น

**PREMIER**
QUALITY STARCH
GROUP



นอร์ทอีส รับเบอร์

เป็นผู้ผลิตยางพารา **คุณภาพดีระดับโลก**
ซื่อสัตย์ยุติธรรมต่อลูกค้า ใช้พลังงานสะอาด
เป็นมิตรต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม
พัฒนารุรกิจไปสู่ อุตสาหกรรมปลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์ของเรา



ยางแผ่นรมควัน



ยางแท่ง STR



ยางผสม

ชูวิทย์ จีรนสมบูรณ์

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



MJD เผยปี66

ตั้งเป้าหมายที่อยู่อาศัย 7 พันล.
วางเป้าหมายได้รวม 5 พันล.
เปิด 7 โครงการ มูลค่ารวมกว่า 1.47 หมื่นล.

"เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์" ตอกย้ำความมุ่งมั่นสู่การเป็น LifeScape Developer เปิดแผนธุรกิจปี 66 "LifeScape at a New Height" พลิกโฉมการเติบโตสู่อีกระดับผ่านการสร้างความแข็งแกร่ง 3 ด้าน ธุรกิจอสังหาฯ-แบรนด์-ธุรกิจใหม่ มุ่งหน้าสู่ธุรกิจอสังหาฯ แบบ All Time High เปิดโครงการบ้านและคอนโดใหม่ 7 โครงการ มูลค่าโครงการรวมกว่า 14,700 ล้านบาท ชูหลากหลายแบรนด์และซีกเมนต์ใหม่ อาทิ คอนโดลักซูรีตอบโจทย์ Wellness พรีเมียมทาวน์โฮม ควบคู่การขายทำเลครอบคลุมตั้งแต่ CBD ถึงกรุงเทพฯ รอบนอก ตั้งผู้บริหารระดับสูงดูแล Customer Experience สร้าง Warrior Mindset ให้พนักงาน ควบคู่ลงทุน Digital Transformation รองรับอนาคต ยืนหยัดแบรนด์สร้างความสุขทั้งคนและสัตว์เลี้ยง ตอกย้ำเบอร์ 1 ที่อยู่อาศัยเลี้ยงสัตว์ได้ทุกโครงการ ใส่ใจสังคม-สิ่งแวดล้อมต่อเนื่อง มั่นใจธุรกิจโตแข็งแกร่งและมั่นคง ตั้งเป้าหมายที่อยู่อาศัย 7,000 ล้าน และรายได้รวม 5,000 ล้านบาท ในปี 2566

นางสาวเพชรดา พูลวรลักษณ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ผู้นำด้านการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ระดับลักซูรีและโครงการที่อยู่อาศัยที่สามารถเลี้ยงสัตว์ได้ (Pet-Friendly Residences) กล่าวว่า บริษัท

ยังคงมุ่งมั่นขับเคลื่อนองค์กรให้เปลี่ยนสถานะจากผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Developer) สู่การเป็นผู้พัฒนารูปแบบการใช้ชีวิต (LifeScape Developer) อย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการใช้ชีวิตของผู้บริโภคทุกมิติ ล่าสุดในปี 2566 บริษัทจะเดินหน้าแผนธุรกิจ "LifeScape at a New Height" ผลักดันความแข็งแกร่งและศักยภาพ เพื่อการเติบโตสู่อีกระดับ โดยมี 3 ด้านหลักที่มุ่งผลักดัน ได้แก่ 1.Solidify Residential-Scape ผลักดันความแข็งแกร่งให้กลุ่มธุรกิจหลัก 2.Fortify LifeScape & PetScape ตอกย้ำความแข็งแกร่งให้จุดเด่นของแบรนด์ และ 3.Diversify Revenue ปรับสัดส่วนประเภทของธุรกิจหลัก พร้อมผลักดันความแข็งแกร่งธุรกิจใหม่

สำหรับด้าน Solidify Residential-Scape ผลักดันความแข็งแกร่งให้กลุ่มธุรกิจหลักในหลากหลายมิติ ได้แก่ All Time High เปิดตัวโครงการใหม่มากที่สุด ในประวัติศาสตร์การก่อตั้ง 24 ปี จำนวน 7 โครงการ มูลค่าโครงการรวมกว่า 14,700 ล้านบาท แบ่งเป็น คอนโดมิเนียม Super Luxury High-rise 2 โครงการ มูลค่าโครงการรวมกว่า 8,800 ล้านบาท บ้านจัดสรร 5 โครงการ มูลค่าโครงการรวมกว่า 5,900 ล้านบาท เพื่อให้พร้อมรองรับความต้องการผู้บริโภค ในภาวะความต้องการและเศรษฐกิจฟื้นตัวหลัง

โควิด-19 New Brand and Segment เปิดตัว 5 แบรนด์ใหม่ เจาะหลากหลายซีกเมนต์เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายขึ้น อาทิ แบรนด์ Marquis (มาร์ควิส) แบรนด์คอนโดมิเนียมระดับซูเปอร์ลักซูรีที่มีฟังก์ชันตอบโจทย์ด้านการมีชีวิตที่ดี (Wellness) แบรนด์ Mayfield (เมย์ฟิลด์) พรีเมียมทาวน์โฮมระดับไฮเอนด์ที่ออกแบบให้ใช้ชีวิตท่ามกลางธรรมชาติ แบรนด์ Mayfield Lane (เมย์ฟิลด์ เลน) แบรนด์บ้านเดี่ยวระดับลักซูรีทำเลใจกลางเมือง แบรนด์ Milford (มิลฟอร์ด) แบรนด์ทาวน์โฮมระดับไฮเอนด์ และยังมีแบรนด์ใหม่อีก 1 แบรนด์ เป็น Super Luxury Limited Edition ที่จะเปิดตัวชื่อแบรนด์ในอนาคต New Location ขยายอาณาจักรที่อยู่อาศัยสะสมของบริษัทให้ครอบคลุมตั้งแต่พื้นที่ใจกลางย่านธุรกิจ (CBD) ไปจนถึงพื้นที่ใจกลางธุรกิจส่วนต่อขยาย (Extended CBD) และพื้นที่กรุงเทพฯ รอบนอก (Greater Bangkok) โดยโครงการใหม่ในปีนี้จะเกะทำเลที่มีความต้องการสูง ตั้งแต่ สุขุมวิท-พร้อมพงษ์ พญาไท พัฒนาการ ลาดพร้าว และรามคำแหง





MJD เผยปี66

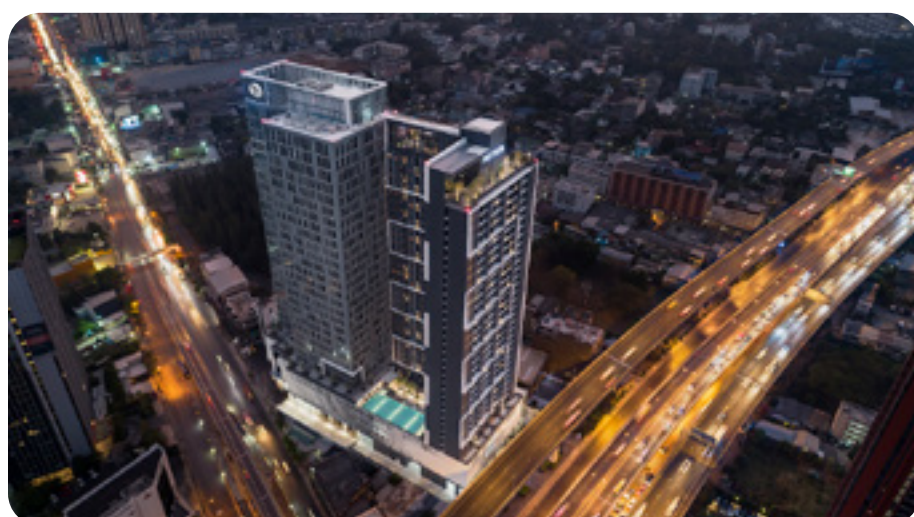
ตั้งเป้ายอดขายที่อยู่อาศัย 7 พันลบ.
วางเป้ารายได้รวม 5 พันลบ.
เปิด 7 โครงการ มูลค่ารวมกว่า 1.47 หมื่นลบ.



"แม้ในช่วงที่ผ่านมา เราจะชะลอการเปิดตัวโครงการใหม่ลงไป แต่เราไม่ได้ขี้ขลาด เราผ่าตัดองค์การหลายๆ ด้าน เพื่อให้พร้อมรองรับการพลิกโฉมการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง ทั้งการแต่งตั้งผู้บริหารระดับสูง มาดูแลด้านการพัฒนาประสบการณ์ของลูกค้าหรือ Customer Experience โดยตรง การปรับวิธีคิดของพนักงานให้เป็น Warrior Mindset มีวิธีคิดแบบนักสู้ พร้อมรับมือทุกสถานการณ์ รวมถึงได้ทยอยลงทุนด้าน Digital Transformation พัฒนา Future Platform วางรากฐานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ปีนี้และปีหลังจากนี้ เรามั่นใจว่าจะสร้างการเติบโตสู่อีกระดับ" นางสาวเพชรลดา กล่าว

ด้าน Fortify LifeScape & PetScape ตอกย้ำความแข็งแกร่งให้จุดเด่นของแบรนด์ จับมือพันธมิตร พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก บริการ กิจกรรม สิทธิพิเศษต่างๆ ตอบโจทย์การใช้ชีวิตทั้งในและนอกที่อยู่อาศัยของทั้งคนและสัตว์เลี้ยง ตอกย้ำความเป็นผู้นำอันดับ 1 โครงการที่อยู่อาศัยเลี้ยงสัตว์ได้ทุกโครงการ (No.1

Pet-Friendly Residences) รวมถึงจับมือพันธมิตรด้านคุณภาพการออกแบบ การก่อสร้าง วัสดุ เพื่อสร้างสรรค์งาน Craft & Quality พร้อมทั้งเดินหน้ายกระดับความเป็นอยู่ที่ดีของคนในสังคมผ่านโครงการ Care-Share-Change ทั้งการติดตั้งเครื่องฟอกอากาศขนาดใหญ่ตามไซต์ก่อสร้าง รวมถึงการจัดตั้งขยะสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ การช่วยเหลือสัตว์เลี้ยงผ่านมูลนิธิต่างๆ



ขณะที่ด้าน Diversify Revenue คือการปรับสัดส่วนโดยเพิ่มการพัฒนาโครงการแนวราบมากขึ้น อีกทั้ง ยังจับเคลื่อนวิสัยทัศน์ LifeScape Developer ด้วยการขยายธุรกิจใหม่ๆ ให้ครอบคลุมทุกมิติการใช้ชีวิตและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคอีก 2 ธุรกิจคือ HealthScape และ TechScape

นางสาวเพชรลดา กล่าวอีกว่า สถานการณ์เศรษฐกิจไทยและภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปีนี้มีแนวโน้มฟื้นตัวที่ดี โดยเฉพาะจากภาคการท่องเที่ยว ที่จะช่วยสร้างเม็ดเงินสะพัด เพิ่มบรรยากาศ

การจับจ่ายใช้สอย กำลังซื้อให้แก่ตลาดเมื่อประกอบกับแผนธุรกิจ LifeScape at a New Height การเดินทางเปิดตัวโครงการใหม่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ การฟื้นตัวของกลุ่มธุรกิจโรงแรมและอาคารสำนักงานมาช่วยสร้างรายได้ประจำ (Recurring Income) ตลอดจนการเดินทางลุยธุรกิจใหม่ บริษัทมั่นใจว่า ภาพรวมธุรกิจของเมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จะเติบโตได้อย่างมั่นคงและแข็งแกร่ง สร้างยอดขายจากโครงการที่อยู่อาศัยตลอดปี 2566 ที่ 7,000 ล้านบาท และสร้างรายได้รวมที่ 5,000 ล้านบาท

"เรามุ่งมั่นสร้างสรรค์อนาคตที่ดีให้ผู้บริโภคควบคู่กับการเติบโตอย่างมั่นคงและแข็งแกร่ง โรดแมประยะยาวของเราจะเห็นการกระจายพอร์ตโฟลิโอที่อยู่อาศัยระหว่างคอนโดมิเนียมและบ้านจัดสรร ให้พร้อมรองรับทุกสภาวะเศรษฐกิจ เราจะมี การเปิดตัวโครงการใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน กลุ่มธุรกิจใหม่ที่ไม่ใช่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ก็จะช่วยๆ เพิ่มสัดส่วนขึ้นมาเป็น 20% ในอีก 5 ปีข้างหน้า" นางสาวเพชรลดา กล่าว



PF

**ตั้งเป้ารายได้ปี66 ที่ 2.2 หมื่นล.
โดยยอดขาย 1.65 หมื่นล.
ลุยเปิด 14 โครงการใหม่ มูลค่า 1.77 หมื่นล.**



แผนธุรกิจ “พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค” ปี 2566 ตั้งเป้ารายได้รวมทั้งกลุ่ม 22,000 ล้านบาท ตัวใน 3 ด้านหลัก จากโครงการแนวราบ โครงการร่วมทุน และธุรกิจโรงแรม ด้านเป้าหมายของ พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค ตั้งไว้ที่ 16,500 ล้านบาท เปิด 14 โครงการใหม่ มูลค่า 17,700 ล้านบาท เพิ่มกลุ่มบ้านระดับกลางที่มีกำลังซื้อหนาแน่น และเพิ่มสัดส่วนยอดขายบ้านลักซ์ชวรี เป็น 1 ใน 5 ของผู้นำตลาดบ้านระดับบน พร้อมเปิดคอนโดโครงการใหม่ในรอบ 4 ปี

นายวงศกรณ ประสิทธิ์วิภาต กรรมการผู้จัดการ บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) แถลงถึงทิศทางการดำเนินธุรกิจปี 2566 ว่า กลุ่มบริษัทมุ่งสร้างการเติบโตในทุกมิติ ทั้งด้านรายได้ การเพิ่มยอดขาย การพัฒนาสินค้าใหม่ รวมถึงการกระจายธุรกิจ โดยปีนี้ประมาณการรายได้รวมของกลุ่มบริษัทอยู่ที่ 22,000 ล้านบาท เป็นรายได้ของพร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค 16,000 ล้านบาท และ แกรนด์ แอสเสทฯ 6,000 ล้านบาท หรือแยกเป็นรายได้จากโครงการแนวราบ 9,600 ล้านบาท โครงการคอนโดมิเนียม 3,000 ล้านบาท โครงการร่วมทุน 6,400 ล้านบาท และธุรกิจโรงแรม 3,000 ล้านบาท

“การขยายตัวในปีนี้มี 3 ปัจจัยหลักเป็นตัวขับเคลื่อน ได้แก่ การขยายตัวจากโครงการแนวราบ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของบริษัท และจะรุกเปิดโครงการใหม่แนวราบเพิ่มเติม ส่งผลให้ยอดขายจากโครงการแนวราบจะเป็นสัดส่วน 74% ของยอดขายรวม นอกจากนี้ยังมี การขยายตัวจากโครงการร่วมทุน ซึ่งปีนี้เป็นปีแห่งการเก็บเกี่ยวจากการลงทุนในโครงการร่วมทุน ทั้งแนวราบและคอนโดมิเนียม โดยรายได้จากโครงการร่วม

ทุนคิดเป็นสัดส่วน 30% ของรายได้รวม เป็นผลจากยอดขายที่เติบโตต่อเนื่อง และปีนี้ตั้งเป้าหมายยอดขายโครงการร่วมทุนเติบโตขึ้น 62% จากปีก่อน และที่สำคัญคือ ธุรกิจโรงแรมของกลุ่มบริษัท ที่มีสัญญาณการฟื้นตัวชัดเจน คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นเท่าตัวจากการฟื้นตัวของธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรมในกรุงเทพฯ คาดว่าจะทำได้เท่ากับปี 2562 ก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 โดยโรงแรมในกลุ่มทั้งหมดคาดว่าจะมีอัตราเข้าพักรวมกันเฉลี่ยทั้งปีที่ 72% นอกจากนี้ บริษัทยังมีการกระจายธุรกิจ ด้วยการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างรายได้ระยะยาว ที่จะเริ่มรับรู้รายได้ในปี 2567”

สำหรับแผนธุรกิจของ พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค นายวสันต์ ศรีรัตนพงษ์ ประธานเจ้าหน้าที่กลุ่มพัฒนาธุรกิจ บริษัท พร็อพเพอร์ตี้ เพอร์เฟค จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ปีนี้บริษัทวางเป้าหมายไว้ที่ 16,500 ล้านบาท จากโครงการแนวราบ 9,700 ล้านบาท โครงการคอนโดมิเนียมทั้งในประเทศและประเทศญี่ปุ่น 2,400 ล้านบาท และโครงการร่วมทุนอีก 4,400 ล้านบาท ปีนี้จะมีการเปิด 14 โครงการใหม่ มูลค่ารวม 17,700 ล้านบาท เป็นบ้านเดี่ยวและบ้านแฝด 9 โครงการ มูลค่า 11,730 ล้านบาท ทาวน์โฮมและอาคารพาณิชย์ 3 โครงการ มูลค่า 2,770 ล้านบาท โครงการร่วมทุนกับ “ซูมิโตโม ฟอเรสทรี” เพิ่มอีก 1 โครงการ มูลค่า 2,200 ล้านบาท และคอนโดมิเนียม 1 โครงการ มูลค่า 1,000 ล้านบาท โดยเป็นการเปิดตัวคอนโดมิเนียมโครงการใหม่ในรอบ 4 ปี

“แนวทางในปีนี้จะเน้นการเพิ่มสินค้าในกลุ่มบ้านระดับบน ซึ่งเติบโตในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา และยังเติบโตต่อเนื่อง โดยปีนี้ตั้งเป้าหมาย

บ้านกลุ่มลักซ์ชวรีขึ้นมาจาก 50% หรือ 5,000 ล้านบาท เป็น 1 ใน 5 ของผู้นำตลาดบ้านลักซ์ชวรี ด้วยการเพิ่มสินค้าใหม่บ้านเดี่ยว 3 ชั้น ทำเลในเมือง เปิดตัวบ้านลักซ์ชวรี 3 ชั้นแบรนด์ใหม่ “วาวิลล่า” รวมถึงยังมีแบบบ้านใหม่ทั้งในโครงการระดับบนของบริษัทและโครงการร่วมทุน สำหรับโครงการที่จะเปิดใหม่ จะเพิ่มน้ำหนักกลุ่มโครงการบ้านเดี่ยวระดับกลางมากขึ้น เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้นในกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อหนาแน่น โดยโครงการบ้านเดี่ยวระดับกลางที่จะเปิดใหม่ปีนี้ มี 7 โครงการ มูลค่ารวม 10,930 ล้านบาท ใน 2 แบรนด์หลัก คือ เพอร์เฟคเพลส และ เพอร์เฟคพาร์ค ปีนี้ยังมีการเปิดคอนโดมิเนียม Low-rise โครงการใหม่บนทำเลถนนพัฒนาการด้านหลังโรงพยาบาลสินแพทย์ พัฒนาการ กำหนดเปิดตัวในไตรมาส 2”

ทั้งนี้ ยอดขายเกินกว่า 50% จะมาจากโครงการใน 4 โซนหลักทั้งฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตกของกรุงเทพฯ ได้แก่ กรุงเทพฯกรีท สุมวิท 77 ชัยพฤกษ์ และ ราชพฤกษ์ ในแต่ละทำเล บริษัทมีทั้งโครงการที่กำลังพัฒนาและการเปิดโครงการใหม่ รวมถึงมีแผนพัฒนาให้เป็นชุมชนในการอยู่อาศัยที่สะดวกสบาย นอกจากนี้บริษัทยังเดินหน้าพัฒนาสินค้าใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าและตอบโจทย์ทั้งเรื่องเทรนด์และพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยนำเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัยมาใช้ในแบบบ้านใหม่ ไม่ว่าจะเป็น การติดตั้งโซลาร์รูฟเพื่อใช้ไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ การนำระบบสมาร์ตโฮมมาใช้เพื่อลดการสัมผัสเพื่อสุขอนามัยของผู้อยู่อาศัย รวมทั้ง การติดตั้ง EV Charger เพื่อรองรับผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า เป็นต้น

PROPERTY PERFECT

GUNKUL
not only the energy, we care

GUNKUL

ชี้แจงข่าว

"ศาลปกครองวินิจฉัยให้เพิกถอนใบอนุญาต"
ไม่กระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท



ตามที่ปรากฏในข่าวมติชนออนไลน์ เรื่อง "ศาลปกครองนครราชสีมา พิจารณาเพิกถอนใบอนุญาตที่ดิน" ลงวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2566 ว่าศาลปกครองจังหวัดนครราชสีมาได้มีคำวินิจฉัยให้เพิกถอนการออกใบอนุญาตที่ดินจำนวน 32 แปลง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ตั้งโครงการวายุวินด์ฟาร์ม ตำบลห้วยบง อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา ของบริษัทย่อยของ บริษัท กันกุล เอ็นจิเนียริง จำกัด (มหาชน) (GUNKUL)

บริษัทฯ ขอเรียนชี้แจงเพิ่มเติมว่า ปัจจุบันคดีนี้ยังไม่ถึงที่สุด โดยทางบริษัทฯ จะใช้สิทธิอุทธรณ์คำพิพากษาของศาลปกครองจังหวัดนครราชสีมาต่อไป ทั้งนี้คำพิพากษาของศาลปกครองดังกล่าวจะยังไม่มีการบังคับหรือปฏิบัติตามจนกว่าคดีนี้จะถึงที่สุด เพราะฉะนั้น คำวินิจฉัยของศาลปกครองจังหวัดนครราชสีมาข้างต้นจึงไม่กระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ แต่อย่างไรก็ดี ทั้งนี้ทางบริษัทฯ ได้สอบถามความถูกต้องแล้วก่อนการเข้าซื้อที่ดิน และเชื่อมั่นว่าการออกใบอนุญาตที่ดินทั้ง 32 แปลงดังกล่าวได้ออกโดยชอบด้วยกฎหมายที่เกี่ยวข้อง บริษัทฯ จึงได้ซื้อที่ดิน 32 แปลงดังกล่าว

ทั้งนี้ บริษัทฯ จะใช้สิทธิในการต่อสู้ทางคดีและกระบวนการต่างๆ จนถึงที่สุดเพื่อพิสูจน์ความสุจริตและความถูกต้องเป็นธรรมตามกฎหมาย และในปัจจุบันบริษัทฯ ยังคงประกอบกิจการผลิตกระแสไฟฟ้าของโครงการดังกล่าวได้ตามปกติ ไม่กระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทฯ



MACO

โซวโทรมาส 3 ปี 65/66
เติบโตต่อเนื่อง ทำรายได้ 667 ล้านบาท
ดันกำไรสุทธิพุ่ง 42 ล้านบาท

maco



คุณมนวรรณ นรินทวานิช รักษาการประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท มาสเตอร์ แอด จำกัด (มหาชน) หรือ MACO เผยว่า ภาพรวมธุรกิจ โทรมาส 3 ปี 2565/66 MACO ได้ส่งมอบผลการดำเนินงานที่ดีต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างรายได้อยู่ที่ 667 ล้านบาท คิดเป็น 21.9% YoY และมีกำไรสุทธิ 42 ล้านบาท

ซึ่งมาจากธุรกิจงานระบบครบวงจร (System Integration) ที่ทำรายได้สูงถึง 567 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.2% YoY จากการรับรู้รายได้ที่เพิ่มขึ้นของโครงการด้านงานติดตั้งและซ่อมบำรุงด้านธุรกิจสื่อโฆษณา ทำรายได้อยู่ที่ 100 ล้านบาท สอดรับแรงหนุนจาก

สถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศไทยที่ฟื้นตัวขึ้นตลอดช่วงครึ่งหลังของปี 2565 ส่งผลทำให้ภาคเอกชนหรือแบรนด์ต่างๆกลับมาใช้จ่ายงบโฆษณาเพิ่มขึ้น

ในปี 2565 ท่ามกลางภูมิภาควิทยุทั่วโลก ภูมิภาคอาเซียนมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดแห่งหนึ่ง และคาดว่าแนวโน้มการเติบโตดังกล่าวจะยังคงดำเนินต่อไปในปี 2566 นอกจากนี้กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund: IMF) ยังได้คาดการณ์อัตราการเติบโตของ GDP ปี 2566 ในประเทศไทยที่ 3.7% และเวียดนามอยู่ที่ 6.2% ซึ่งการเติบโตดังกล่าวส่งผลดีต่อธุรกิจของ

MACO เป็นอย่างมาก และจากผลการดำเนินงานของทุกหน่วยธุรกิจที่เติบโตในทิศทางบวกอย่างเห็นได้ชัด เรามั่นใจว่าผลประโยชน์ของการของ MACO ได้ผ่านจุดต่ำสุดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และคาดว่าจะยังคงสร้างผลตอบแทนที่ดีขึ้นได้ต่อไปในอนาคต

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ยังคงดำเนินธุรกิจสื่อโฆษณาต่อไปควบคู่ไปกับการมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพร่วมกับพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่จะทำให้ MACO สามารถส่งมอบผลประโยชน์ที่ดีให้กับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯ ได้ อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต รักษาการประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กล่าวเพิ่มเติม



WAVE

ผ่นักกำลัง MVP

ผลักดันไทยสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน
นำร่องจัดงาน Mobile Expo 2023

WAVE ผ่นักกำลัง “เอ็มวีซัน” ส่ง เวฟ บีซีจี ร่วมมือผลักดันการจัดงานในไทย สู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral Event) ทั้งในรูปแบบงานแสดงสินค้า งานเวิร์กช็อปและคอนเสิร์ต เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร และเป็นส่วนช่วยขับเคลื่อนประเทศ ในการลดก๊าซเรือนกระจก ดีเดย์งานแรก Mobile Expo 2023 ระหว่างวันที่ 16-19 ก.พ.นี้ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

นายเจมส์ แอนดริว มอร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เวฟ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) หรือ WAVE เปิดเผยว่า บริษัท เวฟ บีซีจี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทลูกของบริษัท ได้ลงนามความร่วมมือ (MOU) กับ บริษัท เอ็มวีซัน จำกัด (มหาชน) หรือ MVP โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้การจัดงานหรือ Event ในประเทศ ให้มีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral)

บริษัท เวฟ บีซีจี จำกัด เป็นผู้ให้บริการด้านคาร์บอนเครดิตครบวงจร ให้คำปรึกษาทั้งในส่วนของผู้ซื้อและผู้ขาย เป็นผู้พัฒนาโครงการและจัดหาคาร์บอนเครดิต ทั้งจากพลังงานสะอาดและพลังงานอื่นๆ ในการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาภาวะโลกร้อน จึงเกิดความร่วมมือกันเพื่อความแข็งแกร่งหรือจุดแข็งทางธุรกิจ

ส่วนบริษัท เอ็มวีซัน จำกัด (มหาชน) หรือ MVP เป็นผู้นำและเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจการจัดงานอีเว้นท์ ที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล พร้อมด้วยประสบการณ์การจัดงานระดับมืออาชีพ เช่น Thailand Mobile Expo และ Thailand Crypto Expo 2022 เป็นต้น

“ความร่วมมือในครั้งนี้ มีความมุ่งมั่นด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกัน Wave BCG จึงได้ร่วมลงนาม MOU เพื่อจัดงานต่างๆ ในอนาคตที่จะเกิดขึ้น ทั้งกลุ่มงานแสดงสินค้าต่างๆ งาน Expo แม้กระทั่งงานคอนเสิร์ต ที่จะช่วยให้คำแนะนำการจัดงานให้มีความเป็นกลางทางคาร์บอน รวมถึงการจัดหาคาร์บอนเครดิต สำหรับการ Offset เพื่อให้ผู้จัดงานบรรลุเป้าหมายของการเป็น Carbon Neutral Event เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนประเทศไทย ในการลดก๊าซเรือนกระจกได้มากขึ้น” นายเจมส์ กล่าว

สำหรับความร่วมมือดังกล่าว จะอยู่ภายใต้หลักการคำนวณและประเมินอ้างอิงตามหลัก การขององค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. และตรวจสอบโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ จากวิทยาลัยพลังงานและสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน รัตนโกสินทร์ หน่วยงานในกำกับของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

รัตนโกสินทร์ (มทร.) ซึ่งมีการจัดทำยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยคาร์บอนนิวทรัล หรือความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2030 และมีเป้าหมายหลักในการผลิตบัณฑิตด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม ให้มีองค์ความรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการลดก๊าซเรือนกระจก พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชน เพื่อผลิตบุคลากรที่มีองค์ความรู้ สร้างนวัตกรรมและงานวิจัยที่ช่วยลดก๊าซเรือนกระจกอย่างยั่งยืน



นอกจากนี้ Wave BCG ร่วมมือ MVP และ Giant Causeway Pte.Ltd เพื่อพัฒนานวัตกรรม Climate Tech Project (CTP) ที่เรียกว่า ‘Carbon Mapping Platform’ โดยใช้เทคโนโลยีของ Web 3.0 เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ตรวจ เพื่อตรวจสอบพื้นที่ในการปลูกป่าและการเกษตร โดยเทคโนโลยีสามารถตรวจสอบและติดตามพื้นที่ป่าไม้ และการเกษตรย้อนหลัง 5 ปี ประเมินสภาพในปัจจุบัน และประมาณการพื้นที่ในอนาคต



WAVE

ผ่นักกำลัง MVP

ผลักดันไทยสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน นำร่องจัดงาน Mobile Expo 2023

ในอดีตปัญหาของผู้พัฒนาโครงการหรือบริษัทที่ปลูกป่าไม้เพื่อชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจกคือ การติดตามผลในปัจจุบันรวมถึงการคาดการณ์ผลทางคาร์บอนเครดิตในอนาคต พร้อมทั้งการที่บริษัทถูกมองว่าปลูกป่าเพื่อสร้างภาพทาง PR ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมในการใช้ภาพจากดาวเทียมควบคู่กับเทคโนโลยี blockchain ของ Web 3.0 จะช่วยตอบโจทย์ เรื่องการคำนวณ การคาดการณ์ในอนาคต ที่มีความแม่นยำ สามารถตรวจสอบได้ และเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้พัฒนาโครงการและนักลงทุนมากยิ่งขึ้น



ด้านนายโอกาส เฉ็ดพันธุ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เอ็มวีซี จำกัด (มหาชน) หรือ MVP กล่าวว่า การจัดงาน Mobile Expo 2023 ดำเนินการโดย MVP ระหว่างวันที่ 16-19 กุมภาพันธ์ 2566 ซึ่งเป็นงาน Expo แรกในไทยที่มีความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) และ Wave BCG ให้การสนับสนุนการคำนวณ การประเมินการปล่อยคาร์บอน รวมทั้งจัดหาคาร์บอน

เครดิต ทั้งนี้ Wave BCG พร้อมสนับสนุนกลุ่มอุตสาหกรรม MICE ที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น ทำให้มีการปล่อยคาร์บอนจากการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การประชุม งานแสดงสินค้า หรืองานเทศกาล ที่ส่งผลกระทบต่อโลก ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ไม่ควรมองข้าม

ขณะที่นายเกียรติชาย ไมตรีวงศ์ ผู้อำนวยการองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) กล่าวว่า อบก. ได้ให้การสนับสนุนการจัดอีเวนต์ในครั้งนี้ ให้มีการดำเนินการในรูปแบบที่เป็น Carbon Neutral Event โดยมีการพัฒนาแพลตฟอร์มการคำนวณขึ้นใหม่ มุ่งเน้นให้ใช้งานได้ง่าย แยกตามประเภทของ MICE คือ

1. การจัดประชุม-อบรม-สัมมนา (Meeting)
2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel)
3. นิทรรศการ-แสดงสินค้า (Exhibition)
4. งานเทศกาล (Festival)
5. การแข่งขันกีฬา (Sport)
6. การเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล (Personal Travel)

ปัจจุบัน อบก. ได้ร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) หรือ TCEB ในการนำแพลตฟอร์มดังกล่าว

ข้างต้น ไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE

ทั้งนี้ในต่างประเทศมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานต่างๆ ให้มีความเป็นกลางทางคาร์บอนมากขึ้นทั้งผู้จัดงานต่างประเทศ งานเทศกาลดนตรี งานคอนเสิร์ต ก็เริ่มมีมาตรการให้ผู้เข้าร่วมงานปฏิบัติตาม อีกทั้งศิลปินบางวงยังมีการเลือกงานที่จะไปทำการแสดง ที่ต้องเป็นงานจัดในรูปแบบของ Carbon Neutral เท่านั้น



โดยอีกหนทางหนึ่งที่ทำให้การจัดงานกิจกรรมต่าง ๆ สามารถเดินสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนก็คือ การซื้อคาร์บอนเครดิตมาชดเชยปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร หรือ ผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกว่า การทำกิจกรรมชดเชยการปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือ กิจกรรมชดเชยคาร์บอน (Carbon Offsetting) เพื่อทำให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากองค์กร หรือ ผลิตภัณฑ์นั้นได้เท่ากับศูนย์ หรือ ที่เรียกว่า Carbon Neutral



บอร์ด DCC

ลงมติเปลี่ยนนโยบายปันผลเป็นไม่ต่ำกว่า 40%

จากไม่ต่ำกว่า 70% ของกำไร

**แต่คงจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล
เป็นรายไตรมาสเช่นเดิม**



นายมารุต แสงศาสตรา ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ไดมอนด์ เซรามิค จำกัด (มหาชน) DCC เปิดเผยว่า ตามที่ที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ไดมอนด์ เซรามิค จำกัด (มหาชน) ครั้งที่ 1/2566 เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2566 ได้มีมติอนุมัติการเปลี่ยนแปลงนโยบายการจ่ายเงินปันผล ดังนี้

นโยบายเดิม

ตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ กำหนดให้บริษัทฯ จ่ายเงินปันผลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ของกำไรสุทธิ หลังหักภาษีเงินได้ตามกฎหมายรวมบริษัทฯ และบริษัท ย่อย Consolidated ทั้งนี้ บริษัท ไดมอนด์ เซรามิค จำกัด (มหาชน) จะต้องไม่มียอดขาดทุนสะสม และมีกระแสเงินสดเพียงพอที่จะจ่ายเงินปันผลได้ โดยให้พิจารณาถึงแผนการ ลงทุนในอนาคตของโครงการต่างๆ ด้วย

นโยบายใหม่

ตามนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทฯ กำหนดให้บริษัทฯ จ่ายเงินปันผลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 ของกำไรสุทธิ หลังหักภาษีเงินได้ตามกฎหมายรวมบริษัทฯ และบริษัท ย่อย Consolidated ทั้งนี้ บริษัท ไดมอนด์ เซรามิค จำกัด (มหาชน) จะต้องไม่มียอดขาดทุนสะสม และมีกระแสเงินสดเพียงพอที่จะจ่ายเงินปันผลได้ โดยให้พิจารณาถึงแผนการ ลงทุนในอนาคตของโครงการต่างๆ ด้วย

โดยบริษัทยังคงจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลเป็นรายไตรมาสเช่นเดิม



Together, We go

"โรงงานโมแปงสาธิตรายใหญ่ และมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในประเทศ"



ดร.ชาณุภุช เดชวิทักษ์

รองประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ
บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน)



ก.ล.ต. เตรียมออกประกาศ

รองรับการเปิดเผยข้อมูลของกองทุนรวม เพื่อความยั่งยืนตามมาตรฐานกลางของอาเซียน

ก.ล.ต. เปิดรับฟังความคิดเห็นหลักการและร่างประกาศรองรับการเปิดเผยข้อมูลของกองทุนรวมเพื่อความยั่งยืน (Sustainable and Responsible Investing Fund : SRI Fund) ตามมาตรฐานกลางของอาเซียนด้านการเปิดเผยข้อมูลของกองทุนรวมที่มุ่งเน้นลงทุนอย่างยั่งยืน (ASEAN Sustainable and Responsible Fund Standards) สะท้อนความมุ่งมั่นของไทยในการส่งเสริมการลงทุนที่ยั่งยืนในภูมิภาคอาเซียน ตามแผนปฏิบัติการเชื่อมโยงตลาดทุนอาเซียน ระหว่างปี 2564 - 2568

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ให้ความสำคัญในเรื่องการยกระดับระบบนิเวศ (ecosystem) ที่เอื้อต่อการพัฒนาตลาดทุนที่ยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่อง โดยประเทศไทยได้ออกแนวทางปฏิบัติในการเปิดเผยข้อมูลของ SRI Fund เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2565 เพื่อสนับสนุนให้บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) คำนึงถึงปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และหลักธรรมาภิบาล (ESG) ในการบริหารจัดการกองทุนรวม เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้ผู้ออกหลักทรัพย์ (issuers) คำนึงถึงประเด็นด้าน ESG เพื่อเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนความยั่งยืนสู่ระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ

นอกจากนี้ ก.ล.ต. ยังมีพันธกิจที่สำคัญในระดับนานาชาติเพื่อส่งเสริมการพัฒนาตลาดทุนที่ยั่งยืน โดยได้ร่วมกับหน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุนอาเซียน (ASEAN Capital Markets Forum: ACMF) ออกมาตรฐานกลางของอาเซียนด้านการเปิดเผยข้อมูลของกองทุนรวมที่มุ่งเน้นลงทุนอย่างยั่งยืน (ASEAN Sustainable and Responsible Fund Standards : SRFS) เพื่อให้ประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนมีข้อกำหนดพื้นฐานด้านการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของกองทุนรวมที่สอดคล้องเป็นมาตรฐานเดียวกันและลดปัญหาด้านการฟอกเขียว (greenwashing) ซึ่งจะช่วยให้กองทุนรวมเพื่อความยั่งยืนในตลาดทุนอาเซียนเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้ การปฏิบัติตาม ASEAN SRFS เป็นไปตามความสมัครใจของ บลจ. โดยกำหนดให้ บลจ. ยังคงต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกองทุนรวมเพื่อความยั่งยืนในประเทศที่กองทุนรวมนั้น ๆ จัดตั้งด้วย

ก.ล.ต. จึงเปิดรับฟังความคิดเห็นหลักการและร่างประกาศที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลของ SRI Fund ตาม ASEAN SRFS และกำหนดให้กองทุนรวมที่ประสงค์จะเปิดเผยข้อมูลตาม ASEAN SRFS จะต้องเป็น SRI Fund ร่วมด้วย ซึ่งจะ

ทำให้ บลจ. มีการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนของกองทุนรวมตามที่ ASEAN SRFS กำหนด รวมทั้งจัดทำรายงานเกี่ยวกับกองทุนรวมตามหลักเกณฑ์ภายในประเทศที่ ก.ล.ต. กำหนดด้วย เพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกับ SRI Fund ในประเทศอื่น

ทั้งนี้ ก.ล.ต. ได้เผยแพร่เอกสารรับฟังความคิดเห็นต่อหลักการและร่างประกาศรองรับการเปิดเผยข้อมูลของกองทุนรวมเพื่อความยั่งยืน (SRI Fund) ตามมาตรฐานกลางอาเซียน ที่เว็บไซต์ ก.ล.ต.

https://www.sec.or.th/TH/Pages/PB_Detail.aspx?SECID=875

ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจสามารถแสดงความคิดเห็นได้ที่เว็บไซต์ หรือทาง e-mail sireetho@sec.or.th จนถึงวันที่ 16 มีนาคม 2566



บล. บัวหลวง

ตลาดหุ้นแกว่งตัวรอบแคบ แนะนำสร้างดอกเบี้ยเงินสดทุกเดือน ผ่าน "Fixed Coupon Note"

นายอรรถนันต์ ปิยะเศรษฐี ผู้อำนวยการ ฝ่าย Structured Product บริษัทหลักทรัพย์

บัวหลวง จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า แม้ที่ผ่านมาตลาดหุ้นไทยมีแนวโน้มแข็งแรงแรงกว่าตลาดหุ้นโลก แต่ในระยะยาวการสร้างผลตอบแทนในตลาดหุ้นไทยอาจทำได้ไม่มากนัก เพราะหุ้นกลุ่มหลักในตลาดหุ้นไทยเป็นกลุ่มเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม เช่น พลังงาน, ธนาคาร และค้าปลีก ที่ไม่ได้อิงกับกระแสหลักของโลก โดยเครื่องมือการลงทุน "หุ้นกู้ที่มีวณูปพันธ์แฝงระยะสั้น"

หรือ Fixed Coupon Note (FCN) ถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกการลงทุนที่น่าสนใจในภาวะตลาดหุ้นเช่นนี้ เพราะผู้ลงทุนสามารถสร้างดอกเบี้ยเงินสดได้ทุกเดือนตลอดอายุสัญญา FCN โดยปกติสัญญา FCN จะอ้างอิงกับราคาหุ้น

2 หุ้นใน SET50 และมีผลตอบแทนที่คาดหวังอยู่ในช่วง 8-12% ต่อปี อาจมากกว่าหรือน้อยกว่านี้ขึ้นอยู่กับความผันผวนของหุ้นอ้างอิงในสัญญา, ระยะเวลาลงทุน, ราคาใช้สิทธิ, ราคา Knock Out และราคา Knock In

จุดเด่น FCN ของหลักทรัพย์บัวหลวง คือ

1. อ้างอิงกับหุ้นที่ถูกคัดสรรมาอย่างดีจากผู้เชี่ยวชาญมากประสบการณ์ และเป็นหุ้นที่อยู่ในสถานะเหมาะสมในการเข้าทำสัญญา FCN
2. นักลงทุนสามารถเลือกจับคู่หุ้นจากรายชื่อหุ้นอ้างอิงที่บริษัทนำเสนอ และระดับราคาต่าง ๆ เพื่อปรับแต่งให้เหมาะสมกับความคาดหวังของตนเองได้
3. สามารถซื้อ FCN โดยได้ราคาหุ้นอ้างอิงแบบเรียลไทม์ ไม่ต้องรอจนสิ้นวัน ทำให้จับจังหวะลงทุนได้ยืดหยุ่นมากขึ้น
4. ลงทุนขั้นต่ำ 1 ล้านบาท ทำให้จัดพอร์ตลงทุนและกระจายความเสี่ยงได้ดีขึ้น
5. มีทีมงานผู้เชี่ยวชาญและผู้แนะนำ

การลงทุนให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด สอบถามข้อมูล
เพิ่มเติม BLS Customer Service โทร. 0 2618 1111



SCB EIC คาดปี66 ส่งออกสินค้าไทย ขยายตัวได้เพียง 1.2%

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ SCB EIC วิเคราะห์ การส่งออกสินค้าไทยหดตัวต่อเนื่อง ตามทิศทางเศรษฐกิจโลกชะลอตัว

การส่งออกสินค้าที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเริ่มหดตัวตามอุปสงค์โลกที่ชะลอตัว ในระยะต่อไปการส่งออกไทยดูไม่สดใสนัก สะท้อนจากดัชนี Global Manufacturing PMI ในเดือนมกราคมที่ยังหดตัว กอปรกับขยอตคำสั่งซื้อใหม่และยอดคำสั่งซื้อจากต่างประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ การส่งออกไทยจะเผชิญแรงกดดันเพิ่มเติมจากการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ทางการค้าโลก เช่น การเริ่มใช้ภาษี Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) และกฎหมายสินค้าปลอดการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป รวมถึงการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของอินเดียที่จะส่งผลต่อสินค้าส่งออกไทยหลายชนิด โดย SCB EIC คาดว่าการส่งออกสินค้าไทยจะขยายตัวได้เพียง 1.2% ในปี 2023 (ตัวเลขในระบบดุลการชำระเงิน)

ท่ามกลางวิกฤตยังมีโอกาสสำหรับการส่งออกสินค้าไทยไปตลาดตะวันออกกลาง CLMV และลาตินอเมริกา

ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่จะขยายตัวชะลอตัวเป็น 1.7% ความเสี่ยงภูมิรัฐศาสตร์โลก และการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ทางการค้าโลกที่กำลังเกิดขึ้น จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการส่งออกไทย ภาคเอกชนและภาครัฐจึงจำเป็นต้องหาตลาดส่งออกใหม่ SCB EIC ประเมินว่า มีตลาดสามแห่งที่มีศักยภาพน่าจับตา ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลางที่อาจได้รับอานิสงส์จาก

การฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบีย ตลาด CLMV ที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มเติบโตและได้รับการผลักดันจากหน่วยงานภาครัฐ และตลาดลาตินอเมริกาที่เป็นตลาดส่งออกเป้าหมายใหม่ในเชิงนโยบายของไทย

ตลาดตะวันออกกลาง

SCB EIC ประเมินการส่งออกจากไทยไปตะวันออกกลางอาจขยายตัวได้มากถึง 7-10% ในปี 2023 เนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง โดยเฉพาะหากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบียดำเนินต่อไปด้วยดี อีกทั้ง เศรษฐกิจกลุ่มประเทศตะวันออกกลางมีแนวโน้มขยายตัวดีกว่าเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะสินค้า เครื่องปรับอากาศ ข้าว ยานยนต์ ทำให้ตลาดตะวันออกกลางจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการส่งออกของไทยและมีศักยภาพสูงในการขับเคลื่อนการส่งออกของไทยในระยะปานกลาง

ตลาด CLMV

SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไป CLMV จะขยายตัวได้ในช่วง 6-8% ในปี 2023 โดยมีแนวโน้มที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะปานกลางตามเศรษฐกิจ CLMV ที่จะเติบโตได้สูงกว่าเศรษฐกิจโลก อีกทั้ง ไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงจากตำแหน่งทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน

รวมถึงตลาดนี้ยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐต่อเนื่อง

ตลาดลาตินอเมริกา

SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไปลาตินอเมริกาอาจขยายตัวได้ในช่วง 1.5-3.5% ในปี 2023 เนื่องจากยังเป็นตลาดส่งออกขนาดเล็กทำให้ยังมีช่องว่างในการเติบโต รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐที่เริ่มมีมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ ยานยนต์ และยานอวกาศ อย่างไรก็ตาม วัทางระหว่างประเทศยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญ แม้ตลาดลาตินอเมริกาอาจยังไม่ได้เติบโตสูงจนเป็นตลาดสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนภาคการส่งออกของไทยได้ในระยะสั้น เมื่อเทียบกับแนวโน้มการส่งออกของไทยปีนี้ที่ SCB EIC คาดว่าจะขยายตัว 1.2% แต่หากได้รับการสนับสนุนอาจเป็นโอกาสใหม่ของการส่งออกไทยได้ในระยะปานกลาง

SCB EIC คาดปี66 ส่งออกสินค้าไทย ขยายตัวได้เพียง 1.2%

1. การส่งออกสินค้าของไทยในระยะต่อไป

การส่งออกสินค้าของไทยเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจสำคัญในช่วงปี 2021 และครึ่งแรกของปี 2022 โดยขยายตัวถึง 17.4% ในปี 2021 และ 12.6% ในครึ่งปีแรกของปี 2022 (ตัวเลขในระบบศุลกากร) จากอุปสงค์สินค้าส่งออกไทยที่มีมากขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศผู้นำเข้าหลักทั่วโลก อีกทั้ง สถานการณ์การระบาดที่มีความรุนแรงลดลงและการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรคในไทยทำให้การผลิตสินค้าภายในประเทศดำเนินไปได้อย่างปกติ อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยเริ่มชะลอตัวลงในช่วงครึ่งหลังของปี 2022 และหดตัวลงเป็นครั้งแรกในรอบ 20 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2022 และหดตัวมากถึง -14.6% ในเดือนธันวาคม เนื่องจากเศรษฐกิจโลกมีทิศทางชะลอตัวลงมาก โดยเฉพาะประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น ยุโรปและสหรัฐฯ

แนวโน้มการส่งออกสินค้าของไทยในระยะถัดไปไม่ค่อสดใสนัก โดยอุปสงค์ในตลาดโลกยังคงชะงักงันจาก (1) ตัวเลขคาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกปี 2023 ต่ำลงมาก โดยธนาคารโลกคาดว่า จะขยายตัวได้เพียง 1.7% ในปี 2023 ชะลอตัวจาก 2.9% ในปี 2022 (2) ดัชนี Global Manufacturing PMI ยังอยู่ในระดับต่ำที่ 49.1 ในเดือนมกราคม 2023 ลดจากระดับสูงสุดหลังวิกฤติโควิดที่ 56.0 ในเดือนพฤษภาคม 2021 นอกจากนี้องค์ประกอบของดัชนี ได้แก่ ยอดคำสั่งซื้อใหม่ ยอดคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ และระดับงานคงค้าง ยังคงหดตัว บ่งชี้ถึงความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมที่ไม่สดใสในระยะข้างหน้า

(3) ข้อมูลเรื่องการส่งออกของเกาหลีใต้ แผลงต่อเนื่อง ข้อมูล 20 วันแรกของเดือนมกราคม 2023 หดตัว -2.7% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ซึ่งเป็นสัญญาณเร็วสะท้อนสถานการณ์ด้านการค้าโลกในเดือนมกราคม และ (4) การส่งออกและนำเข้าของจีนหดตัวแรงเช่นกัน โดยเริ่มหดตัวตั้งแต่เดือนเมษายน 2022 และหดตัวมากถึง -20.8% ในเดือนธันวาคม ทั้งนี้การยกเลิกมาตรการ Zero-COVID ของจีน อาจมีส่วนช่วยให้แนวโน้มความต้องการสินค้าจากจีนเพิ่มสูงขึ้น แต่การฟื้นตัวจะเป็นไปแบบค่อยเป็นค่อยไปเนื่องจากความไม่แน่นอนยังมีอยู่สูง อีกทั้ง เศรษฐกิจและอุปสงค์ในจีนยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ข้อมูลข้างต้นนี้สะท้อนให้เห็นอุปสงค์ของตลาดโลกที่ลดลงและสะท้อนให้เห็นอุปสงค์สินค้าส่งออกไทยที่จะลดลงเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ ภาคการส่งออกไทยอาจเผชิญแรงกดดันเพิ่มเติมจากการเปลี่ยนแปลงด้านกฎเกณฑ์ทางการค้าโลก เช่น การจัดเก็บภาษี Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) และกฎหมายสินค้าปลอดการตัดไม้ทำลายป่าของสหภาพยุโรป รวมถึงภาษีนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของอินเดีย (อ่านเพิ่มเติมได้ที่บทความ Flash : ส่งออกไทยหดตัวแรงส่งท้ายปีเสือ แต่ทั้งปียังโตได้ 5.5% ส่งออกในระยะต่อไปอาจได้อานิสงส์จากจีนเปิดประเทศ) อีกทั้ง ภาคการส่งออกสินค้าของไทยยังต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนจากปัญหาทางภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะสงครามการค้าและเทคโนโลยี

ระหว่างสหรัฐฯ และจีน สงครามในยูเครน และความขัดแย้งระหว่างรัสเซียกับยุโรป ก่อให้เกิดแนวโน้มการสั่นคลอนกระแสโลกาภิวัตน์ (Deglobalization) และการแบ่งตัวทางเศรษฐกิจ (Decoupling) ที่จะส่งผลต่อการค้า การลงทุน และเศรษฐกิจของโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกสินค้าของไทยจะขยายตัวได้เพียง 1.2% ในปี 2023

จากปัจจัยรุมเร้าการส่งออกไทยที่กล่าวมา ภาคเอกชนและภาครัฐไทยจึงจำเป็นต้องร่วมมือกันหาตลาดส่งออกใหม่โดย SCB EIC ประเมินว่า มีตลาดสามแห่งที่มีศักยภาพและเป็นโอกาสสำหรับไทย ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลางที่อาจได้รับอานิสงส์จากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบีย ตลาด CLMV ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและมีแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่ดี และตลาดลาตินอเมริกาที่เป็นตลาดส่งออกใหม่ในเชิงนโยบายของไทย

SCB EIC คาดปี66 ส่งออกสินค้าไทย ขยายตัวได้เพียง 1.2%

2. ศักยภาพของตลาดตะวันออกกลาง

ข้อมูลพื้นฐาน : ภูมิภาคตะวันออกกลางเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างทวีปเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา ประกอบด้วย 15 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน ซาอุดีอาระเบีย อิหร่าน จอร์แดน คูเวต เลบานอน โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย ซีเรีย ตุรกี และเยเมน โดยประเทศเศรษฐกิจหลักในกลุ่มได้แก่ อิหร่าน ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มีขนาดเศรษฐกิจราว 1.1% 0.8% และ 0.4% ของโลก ตามลำดับ ซึ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการส่งออกเกี่ยวเนื่องกับน้ำมัน

ข้อมูลด้านการค้า : ตลาดตะวันออกกลางเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย มูลค่าการส่งออกไทยไปตลาดตะวันออกกลางอยู่ที่ 10,930.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2022 (คิดเป็น 3.8% ของการส่งออกสินค้าของไทยทั้งหมด) แม้การส่งออกไทยไปตลาดตะวันออกกลางในช่วง 10 ปีที่ผ่านมามีความสำคัญลดลง โดยขยายตัวเฉลี่ยเพียง 1.2% ต่อปี ต่ำกว่าการส่งออกไทยโดยรวมที่เติบโตเฉลี่ย 2.3% ต่อปี แต่ในช่วงที่ผ่านมาตลาดตะวันออกกลางเริ่มมีความสำคัญมากขึ้น โดย (1) ในปี 2021 การส่งออกไทยไปตลาดตะวันออกกลางขยายตัว 22.2% สูงกว่าการส่งออกรวมของไทยที่ขยายตัว 17.4% (2) ในปี 2022 การส่งออกไทยไปตลาดนี้ขยายตัวแข็งแกร่งต่อเนื่อง 22.8% ขณะที่การส่งออกรวมของไทยขยายตัวเพียง 5.5% และ (3) เดือนธันวาคม 2022 การส่งออกไทยไปตลาดนี้เป็นเพียงตลาดเดียวที่ยังขยายตัวได้ 4.7% ขณะที่การส่งออกไทยในภาพรวมหดตัว -14.6% สะท้อนว่าแม้ตลาดตะวันออกกลาง

จะมีความสำคัญน้อยลงในรอบทศวรรษ แต่เริ่มมีสัญญาณที่ดีในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งเป็นผลจากอุปทานอาหารโลกที่ลดลงจากสงครามรัสเซีย-ยูเครน ทำให้ความต้องการนำเข้าสินค้าจากแหล่งนำเข้าอื่นเพิ่มมากขึ้นรวมถึงจากไทย อีกทั้งราคาน้ำมันในตลาดโลกหลังวิกฤติโควิดอยู่ในระดับที่สูง ส่งผลให้เศรษฐกิจตะวันออกกลางฟื้นตัวจากวิกฤติโควิดได้ดี

การส่งออกสินค้าไทยไปยังตลาดตะวันออกกลางในปี 2022 ที่สำคัญ ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (3,503.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 32.1% ของการส่งออกไทยไปตะวันออกกลางทั้งหมด) ข้าว (881.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 8.1%) เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ (588.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.4%) ไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ (537.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 4.9%) และอัญมณีและเครื่องประดับ (523.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 4.9%) โดยมีสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และซาอุดีอาระเบียเป็นตลาดสำคัญในกลุ่ม แม้มูลค่าการส่งออกไปซาอุดีอาระเบียเคยลดลงอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ตลาดที่มีความสำคัญรองลงมาและขยายตัวได้ดีในช่วงหลัง ได้แก่ อิรัก อิสราเอล และตุรกี

ปัจจัยสนับสนุนในระยะข้างหน้า : การฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับซาอุดีอาระเบีย การสนับสนุนของกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการรุกตลาดใหม่ เป็นปัจจัยสนับสนุน

สำคัญในตลาดนี้ โดยความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบียทอดยาวลงตั้งแต่ 1989-1990 อย่างไรก็ดี ในช่วงเดือนมกราคม 2022 ไทยและซาอุดีอาระเบียได้เห็นพ้องที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ด้านการค้า โดยเฉพาะการเพิ่มความมั่นคงด้านอาหาร ซึ่งไทยมีทรัพยากรและศักยภาพในการผลิตอาหาร โดยผลจากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ด้านการค้าครั้งนี้ไทยจึงสามารถส่งออกไปซาอุดีอาระเบียได้ครั้งแรกในรอบ 18 ปี ภาครัฐทั้งสองประเทศได้จัดกิจกรรมสนับสนุนการค้าระหว่างกัน โดยเฉพาะสินค้าอาหารฮาลาล สินค้าวัสดุก่อสร้าง ปิโตรเคมี เครื่องปรับอากาศ และยานยนต์ รวมถึงการจัดให้นักลงทุนซาอุดีอาระเบียเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมหน่วยงานด้านฮาลาลและเวทีเศรษฐกิจภาคตะวันออกของไทย (EEC) และการจัดประชาสัมพันธ์สินค้าไทยในซาอุดีอาระเบีย

SCB EIC คาดปี66 ส่งออกสินค้าไทย ขยายตัวได้เพียง 1.2%

นอกจากนี้ เศรษฐกิจตะวันออกกลางคาดว่าจะขยายตัวได้ต่ำกว่าเศรษฐกิจโลกที่คาดว่าจะเติบโต 1.7% ในปี 2023 ส่งผลให้จะมีการนำเข้าสินค้าจากไทยและประเทศอื่นเพิ่มขึ้นโดยเปรียบเทียบ ทั้งนี้เศรษฐกิจซาอุดีอาระเบียมีแนวโน้มขยายตัวได้ถึง 3.7% ในปี 2023 จากการคาดการณ์ของธนาคารโลกและ 2.6% จากการคาดการณ์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) โดยการคาดการณ์ของ IMF ใช้ข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์มากกว่า ในขณะที่เศรษฐกิจตะวันออกกลางมีแนวโน้มขยายตัว 2.2% ในปี 2023 แม้จะมีแนวโน้มชะลอตัวลงจากปี 2022 แต่ก็ยังขยายตัวได้ต่ำกว่าเศรษฐกิจโลกที่ 1.7% อีกทั้งการส่งออกสินค้าไทยไปตะวันออกกลางมีแนวโน้มได้รับผลกระทบจากปัญหา Decoupling น้อยกว่าภูมิภาคอื่น ๆ

SCB EIC ประเมินว่า สินค้าที่เป็นโอกาสของไทยในตลาดตะวันออกกลาง ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ จักรยานนอกชนิดอัดลม เครื่องพิมพ์ ยานยนต์ขนส่งบุคคล ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ วัสดุเคมีและเครื่องประดับ และโทรศัพท์และอุปกรณ์สื่อสาร เนื่องจากเป็นสินค้าที่ตลาดตะวันออกกลางนำเข้าจำนวนมาก ในขณะที่ไทยผลิตได้มากแต่ยังมีส่วนแบ่งทางตลาดในตะวันออกกลางน้อย นอกจากนี้ ยังมีไฟเบอร์บอร์ดที่ทำด้วยไม้ ยางธรรมชาติ และเครื่องแต่งกายเป็นสินค้าสำคัญที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดในตลาดตะวันออกกลางสูงและมีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้น แต่ตลาดยังมีขนาดเล็กกว่าสินค้าส่งออกอื่น ๆ อย่างไรก็ดี ปลายกระป๋องหรือแปรรูปและยานยนต์ขนส่งของ

เป็นสินค้าส่งออกที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดนี้สูง แต่มีแนวโน้มปรับลดลง จึงควรต้องหาแนวทางรักษาไว้ โดยเฉพาะยานยนต์ขนส่งของที่มีมูลค่าส่งออกไปยังตลาดนี้สูงมาก

ปัจจัยกดดันในระยะข้างหน้า : แม้การค้าระหว่างไทยและหลายประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางจะมีทิศทางที่ดี แต่เสถียรภาพภายในภูมิภาคนับความเสี่ยงสำคัญที่ต้องจับตา ได้แก่ เสถียรภาพด้านภูมิรัฐศาสตร์และการเมือง เช่น ความขัดแย้งระหว่างอิหร่านและซาอุดีอาระเบีย ซึ่งเป็นสองอำนาจสำคัญในภูมิภาค ความขัดแย้งระหว่างอิสราเอลและปาเลสไตน์ สงครามกลางเมืองในซีเรียและเยเมน การลดความสัมพันธ์ทางการทูตของประเทศในภูมิภาคกับกาตาร์ และการคว่ำบาตรอิหร่านของสหรัฐฯ รวมถึงเสถียรภาพเศรษฐกิจการเงิน โดยบาห์เรนมีฐานะการคลังที่เปราะบางจากสัดส่วนหนี้สาธารณะและการขาดดุลการคลังสูง ไซปรัสมีเงินสำรองระหว่างประเทศต่ำมากอยู่ที่ 0.2 เท่าของมูลค่าการนำเข้าต่อเดือน ตุรกีเผชิญวิกฤตอัตราเงินเฟ้อสูงและมีเงินสำรองระหว่างประเทศน้อยเช่นเดียวกัน ในขณะที่อิหร่านเผชิญปัญหาการขาดแคลนน้ำและไฟฟ้า สถานการณ์เหล่านี้มีโอกาสลุกลามรุนแรงเป็นวงกว้างในระยะข้างหน้าอยู่บ้าง และอาจเป็นปัจจัยกดดันการส่งออกไทยไปยังภูมิภาคนี้ นอกจากนี้ หลายประเทศในกลุ่มยังพึ่งพาทรัพยากรน้ำมันในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

หากราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับลดลงมากอีกครั้งจะทำให้ประเทศเหล่านี้มีรายได้ส่งออกน้อยลง

คาดการณ์การส่งออกจากไทยไปตะวันออกกลาง : ในภาพรวมการส่งออกไปยังตะวันออกกลางได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะซาอุดีอาระเบีย อีกทั้ง เศรษฐกิจในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางมีแนวโน้มขยายตัวต่ำกว่าเศรษฐกิจโลก โดย SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไปตะวันออกกลางอาจขยายตัวได้มากถึง 7-10% ในปี 2023 หากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบียรวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐดำเนินต่อไปด้วยดี เทียบกับการขยายตัวของการส่งออกทั้งหมดของไทยในปี 2023 ที่คาดว่าจะขยายตัวได้เพียง 1.2% โดยตลาดตะวันออกกลางจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการส่งออกของไทยในปีนี้ได้ดี และมีศักยภาพสูงในการขับเคลื่อนการส่งออกของไทยในระยะปานกลาง

SCB EIC คาดปี66 ส่งออกสินค้าไทย ขยายตัวได้เพียง 1.2%

3. ศักยภาพของตลาด CLMV

ข้อมูลพื้นฐาน : ภูมิภาค CLMV เป็นกลุ่มประเทศอาเซียนในเขตภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) ที่มีเส้นทางคมนาคมติดต่อกัน ได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนาม โดยภูมิภาค CLMV นับว่าเป็นประเทศเพื่อนบ้านของไทย โดยเฉพาะกัมพูชา สปป.ลาว และเมียนมามีอาณาเขตติดกับไทยโดยตรง นอกจากนี้ สปป.ลาว เมียนมา และเวียดนามยังมีอาณาเขตติดกับจีน ซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดของไทย

ข้อมูลด้านการค้า : การส่งออกไทยไป CLMV มีมูลค่า 31,147 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2022 คิดเป็น 10.9% ของการส่งออกสินค้าไทยทั้งหมด แบ่งเป็นการส่ง

ออกไปเวียดนาม 13,235.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ตลาดส่งออกไทยลำดับที่ 4 คิดเป็น 4.6% ของการส่งออกไทยทั้งหมด) กัมพูชา 8,675.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลำดับที่ 11 และคิดเป็น 3%) เมียนมา 4,696.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลำดับที่ 17 และคิดเป็น 1.6%) และสปป.ลาว 4,540 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ลำดับที่ 18 และคิดเป็น 1.6%) สะท้อนให้เห็นว่าตลาด CLMV เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญมากของไทย เป็นรองเพียงตลาดสหรัฐฯ จีน และอาเซียน 5 (5 ประเทศอาเซียนนอกจาก CLMV) เท่านั้น

อัตราการเติบโตของการส่งออกจากไทยไป CLMV ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาขยายตัวสูงเฉลี่ย 5.1% ต่อปี ในขณะที่การส่งออกทั้งหมดของไทยขยายตัวเฉลี่ย 2.3% ต่อปี ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาการส่งออกไป CLMV

ขยายตัวแข็งแกร่ง 14.5% ในปี 2021 (ส่วนหนึ่งเป็นผลของปัจจัยฐานต่ำจากวิกฤติโควิดในปี 2020) และ 11.5% ในปี 2022 สะท้อนแนวโน้มที่ดีของการส่งออกไทยไปตลาด CLMV

หากพิจารณาข้อมูลการส่งออกรายสินค้าไปตลาด CLMV ในปี 2022 มีสินค้าสำคัญ ได้แก่ น้ำมันสำเร็จรูป (5,116.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 16.4% ของการส่งออกจากไทยไป CLMV ทั้งหมด) รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (2,696.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 8.7%) วัตถุดิบและเครื่องประดับ (2,026.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 6.5%) เคมีภัณฑ์ (1,658.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.3%) เครื่องดื่ม (1,378.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 4.4%) และเม็ดพลาสติก (1,344.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 4.3%)



SCB EIC คาดปี66 ส่งออกสินค้าไทย ขยายตัวได้เพียง 1.2%

ปัจจัยสนับสนุนในระยะข้างหน้า : เศรษฐกิจ CLMV มีแนวโน้มขยายตัวในปี 2023 จากการฟื้นตัวต่อเนื่องของภาคการท่องเที่ยวและอุปสงค์ในประเทศ อีกทั้ง ในระยะกลางยังได้รับอานิสงส์จากนโยบายเศรษฐกิจของภาครัฐ ความสามารถในการดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ (ยกเว้นเมียนมา) และทรัพยากรธรรมชาติที่ยังมีอยู่มากในภูมิภาค

และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจได้ โดยจากตัวเลขคาดการณ์ของธนาคารโลก เศรษฐกิจกัมพูชา สเปน.ลาว เมียนมา และเวียดนาม จะขยายตัว 5.2% 3.8% 3% และ 6.3% ในปี 2023 ตามลำดับ (รูปที่ 5) (อ่านเพิ่มเติมได้ที่บทความ CLMV Outlook 2023) ส่งผลให้มีแนวโน้มการนำเข้าสินค้าจากไทยและประเทศอื่นเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การส่งออกไทย CLMV ยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐของไทยมาก เช่น การเร่งรัดการส่งออกผ่านการค้าชายแดน รวมถึงไทยยังมีความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด CLMV จากความได้เปรียบด้านระยะทาง วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดี และสิทธิประโยชน์ทางภาษีภายในกลุ่ม อีกทั้ง การส่งออกของไทยไป CLMV ยังอาจได้รับอานิสงส์จากการพัฒนาโครงการก่อสร้างทางรถไฟ จีน-สเปน.ลาว และการที่เวียดนามได้รับประโยชน์จากการย้ายฐานการผลิตออกจากจีนของบริษัทข้ามชาติเพื่อลดความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์

ปัจจัยกดดันในระยะข้างหน้า : แม้ความตึงเครียดทางการเมืองในเมียนมาจะเริ่มบรรเทาเบาบาง แต่เศรษฐกิจเมียนมายังมีความเสี่ยงจากการคว่ำบาตรของนานาชาติ

นอกจากนี้ เสถียรภาพเศรษฐกิจของสเปน.ลาวมีความเสี่ยงจากอัตราเงินเฟ้อสูงและเงินกัมพูชาจำนวนมาก รวมถึงความเปราะบางด้านการคลังและด้านต่างประเทศจากสัดส่วนหนี้รัฐบาลสูงกว่า 80% ของ GDP และขาดดุลการคลังสูง รวมถึงเงินสำรองระหว่างประเทศอยู่ในระดับต่ำ

คาดการณ์การส่งออกจากไทยไป CLMV : การส่งออกของไทยไปตลาด CLMV มีแนวโน้มที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะปานกลางตามเศรษฐกิจของ CLMV ที่มีแนวโน้มขยายตัวได้ดีกว่าเศรษฐกิจโลก อีกทั้ง ไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงจากตำแหน่งทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน รวมถึงยังได้รับการส่งเสริมที่จริงจังจากรัฐ SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไป CLMV จะขยายตัวได้ในช่วง 6-8% ในปี 2023

4. ศักยภาพตลาดลาตินอเมริกา

ข้อมูลพื้นฐาน : ลาตินอเมริกาเป็นกลุ่มประเทศในอเมริกากลาง อเมริกาใต้ และบางประเทศหมู่เกาะในทะเลแคริบเบียน ประกอบด้วย 20 ประเทศ ได้แก่ อาร์เจนตินา โบลิเวีย บราซิล ชิลี โคลอมเบีย คอสตาริกา คิวบา สาธารณรัฐโดมินิกัน เอกวาดอร์ เอลซัลวาดอร์ กัวเตมาลา เฮติ ฮอนดูรัส เม็กซิโก นิการากัว ปานามา ปารากวัย เปรู อุรุกวัย และเวเนซุเอลา รวมถึงเวตตินแดนอื่นๆ รวม 47 เขตเศรษฐกิจ โดยประเทศสำคัญทางเศรษฐกิจในกลุ่ม ได้แก่ บราซิล และเม็กซิโก

ข้อมูลด้านการค้า : จากข้อมูลในปี 2021 ของ International Trade Centre (ITC) ประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาและในหมู่เกาะแคริบเบียนนำเข้าสินค้าทั้งหมด 1,239,205 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็น 5% ของการนำเข้าสินค้าโลก

โดยการนำเข้าสินค้าไทยอยู่ที่ 13,162 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 1.1% ของการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของกลุ่มประเทศนี้ ในขณะที่การส่งออกของไทยไปยังลาตินอเมริกาฯ คิดเป็น 3.2% ของการส่งออกสินค้าของไทยทั้งหมด สะท้อนว่า ตลาดลาตินอเมริกายังเป็นตลาดส่งออกขนาดเล็กของไทย อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาอัตราการเติบโตของการนำเข้าของกลุ่มจากอาเซียนและไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาขยายตัวเฉลี่ย 6.6% และ 2.5% ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่การนำเข้าของลาตินอเมริกาทั้งหมดขยายตัวเพียง 1.2% ต่อปี แสดงให้เห็นว่าลาตินอเมริกาพึ่งพาสินค้าจากอาเซียนและไทยมากขึ้น แม้จะยังมีสัดส่วนไม่มากนัก

SCB EIC คาดปี66 ส่งออกสินค้าไทย ขยายตัวได้เพียง 1.2%

หากพิจารณาข้อมูลการส่งออกในปี 2022 ไทยส่งออกสินค้าไปประเทศในกลุ่มลาตินอเมริกาคิดเป็นมูลค่า 9,291.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัว 5.9% จากปีก่อน โดยมีสินค้าสำคัญ ได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (3,004.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 32.3% ของการส่งออกจากไทยไปลาตินทั้งหมด) ผลิตภัณฑ์ยาง (596.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 6.4%) เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบลูกสูบและส่วนประกอบ (586.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 6.3%) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล (547.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.9%) และเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ (531.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 5.7%) โดยมีเม็กซิโก บราซิล และอาร์เจนตินายังเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ

ปัจจัยสนับสนุนในระยะข้างหน้า : ตลาดลาตินอเมริกายังเป็นตลาดหลักสำหรับการส่งออกของไทยจึงมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก อีกทั้งยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐของไทย โดยกระทรวงพาณิชย์กำหนดให้ตลาดลาตินอเมริกาเป็นตลาดเป้าหมายใหม่ของการส่งออกไทย อย่างไรก็ตาม ทิศทางการส่งเสริมจากภาครัฐยังไม่มีรายละเอียดและแนวโน้มที่ชัดเจนมากนักเมื่อเทียบกับการส่งเสริมการส่งออกไปยังตลาดตะวันออกกลาง

SCB EIC มองสินค้าที่เป็นโอกาสของไทยในตลาดลาตินอเมริกา ได้แก่ เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ ยานยนต์สำหรับสำหรับขนส่งของ วิทยุและเครื่องประดับ เครื่องพิมพ์ยางชนิดอัดลม ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ แผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ขนส่งบุคคล และโทรศัพท์และอุปกรณ์การสื่อสาร เนื่องจากเป็นสินค้าที่ภูมิภาคลาตินอเมริกานำเข้าจำนวนมาก ในขณะที่ไทยผลิตได้มากแต่ยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดในตลาดลาตินอเมริกาน้อย นอกจากนี้ยังธรรมชาติและเครื่องแต่งกายเป็นสินค้าสำคัญที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดสูงในตลาดนี้และยังมีแนวโน้มปรับ

ตัวเพิ่มขึ้น แม้ตลาดจะมีขนาดเล็กกว่าสินค้าอื่นโดยเปรียบเทียบก็ตาม

ปัจจัยกดดันในระยะข้างหน้า : ไทยและลาตินอเมริกามีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ห่างกันมาก ทำให้การขนส่งสินค้ามีต้นทุนสูงกว่าและใช้เวลาขนส่งนานกว่าการขนส่งไปทวีปอื่น ๆ นอกจากนี้ เศรษฐกิจลาตินอเมริกามีแนวโน้มขยายตัวเพียง 1.3% ในปี 2023 (คาดการณ์โดยธนาคารโลก) ต่ำกว่าคาดการณ์เศรษฐกิจโลกจากการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายเพื่อต่อสู้กับปัญหาเงินเฟ้อและการอ่อนค่าของสกุลเงินท้องถิ่น รวมถึงภาคการส่งออกที่มีแนวโน้มชะลอตัวลงมากตามทิศทางเศรษฐกิจและการค้าโลก อีกทั้ง โบลีเวีย และเอกวาดอร์มีความเพียงพอของเงินสำรองระหว่างประเทศต่ำกว่า 0.7 และ 2.3 เท่าของมูลค่าการนำเข้าต่อเดือน นอกจากนี้ หลายประเทศในภูมิภาคมีความเสี่ยงเงินเฟ้อสูง เงินทุนเคลื่อนย้ายไหลออก และความผันผวนของสกุลเงินท้องถิ่น อีกทั้ง ยังมีเหตุความไม่สงบทางการเมืองในหลายพื้นที่ เช่น บราซิล ปัจจัยดังกล่าวจะกดดันการนำเข้าสินค้าจากไทยและประเทศอื่น ๆ ในระยะข้างหน้า

คาดการณ์การส่งออกจากไทยไปลาตินอเมริกา : การสนับสนุนการส่งออกจากไทยไปยังตลาดลาตินอเมริกาของภาครัฐไทยมีอยู่แต่ไม่ชัดเจนเท่าตลาดตะวันออกกลาง แต่เนื่องจากยังเป็นตลาดส่งออกขนาดเล็กทำให้มีโอกาสในการเติบโตอีกมาก ในขณะที่ระยะทางการส่งออกที่ห่างไกลยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญ SCB EIC ประเมินว่า การส่งออกจากไทยไปลาตินอเมริกาจะขยายตัวได้ในช่วง 1.5-3.5% ในปี 2023 จึงอาจยังไม่สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนภาคการส่งออกที่สำคัญของไทยได้ในระยะสั้น สำหรับแนวโน้มการส่งออกในระยะปานกลางของตลาดนี้พอจะมีศักยภาพอยู่บ้าง แต่ยังไม่

มีความไม่แน่นอนสูงจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาค ทิศทางการสนับสนุนจากภาครัฐ และปัญหาระยะทางขนส่ง

5. บทสรุป

ท่ามกลางทิศทางเศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง ความเสี่ยงภูมิรัฐศาสตร์โลก และการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ทางการค้าโลก ภาคเอกชนและภาครัฐไทยจำเป็นต้องร่วมมือกันหาตลาดใหม่เพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าให้กลับมาเป็นฟันเฟืองสำคัญช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจอีกชั้นหนึ่ง SCB EIC ประเมินว่ามีตลาดสามแห่งที่มีโอกาสช่วยพยุงการส่งออกของไทยในระยะข้างหน้าและควรให้ความสำคัญมากขึ้น ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลางที่อาจได้รับอานิสงส์จากการฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบีย ตลาด CLMV ที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีและไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูง ซึ่งจะมีส่วนช่วยสนับสนุนการส่งออกของไทยในปี 2023 ได้มากและมีศักยภาพที่สูงในการช่วยขับเคลื่อนการส่งออกของไทยในระยะปานกลาง และตลาดลาตินอเมริกาที่เริ่มเป็นตลาดส่งออกใหม่ของไทย ซึ่งแม้ไม่สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนภาคการส่งออกที่สำคัญของไทยได้ในระยะสั้น แต่แนวโน้มการส่งออกในระยะกลางมีศักยภาพ



ฮอนไซด์ Business

**LEO โซลว้แผนปี66 ด้วยกลยุทธ์
"365 Degree Collaboration"
หนุนเติบโตก้าวกระโดด**



**CPW จับมือ อาร์ทีบีฯ ต้อนรับ
เทศกาลวาเลนไทน์สุดเอ็กซ์คลูซีฟด้วยเซต
GoPro Travel with Your Love One
วางจำหน่ายที่ iStudio by copperwired ทุกสาขา**



**MEB ผู้นำ E-Book
เปิดเทรดวันแรกทะยาน 57.89%**



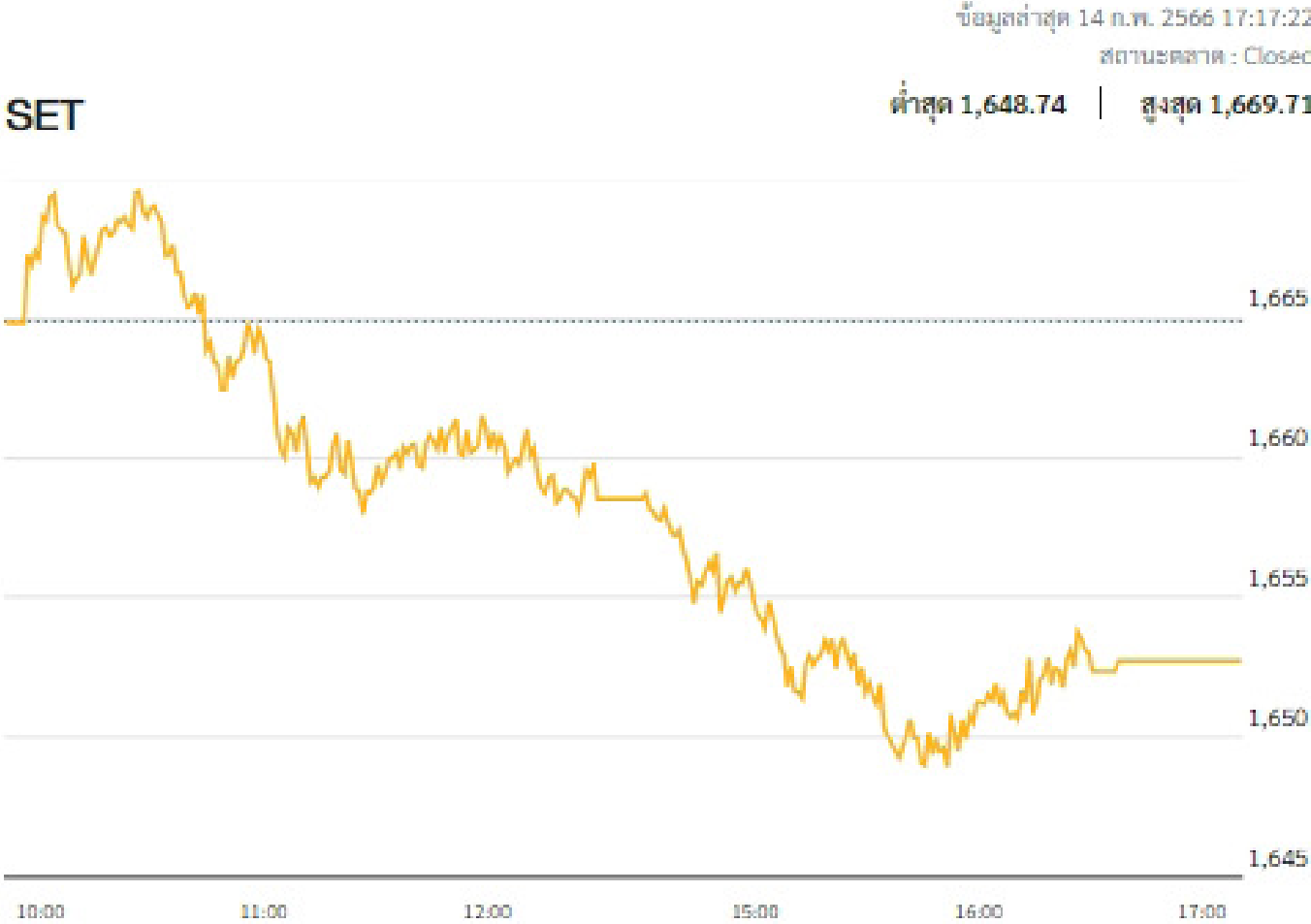
**SPRC ร่วมกับสำนักงานเทศบาลตำบลบ้านเพ
จัดกิจกรรม "PHE RUN LOVE"
ชวนคนหัวใจ สีส้มพู วังเลียบชายหาด
ฉลองวันแห่งความรัก**



สรุปภาพรวมตลาด

ดัชนี

SET	FTSE SET/FTSE ASEAN			
ดัชนี	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง	ปริมาณ ('000 หุ้น)	มูลค่า (ลบ.)
SET	1,652.76	-12.13 (-0.73%)	18,274,312	70,518.69
SET50	986.08	-4.89 (-0.49%)	1,147,625	38,409.06
SET100	2,219.48	-13.58 (-0.61%)	3,319,646	54,343.97
sSET	1,096.57	-18.40 (-1.65%)	909,298	4,266.38
SETCLMV	996.26	-4.90 (-0.49%)	2,117,992	29,498.52
SETHD	1,194.51	-1.10 (-0.09%)	1,870,336	18,969.67
SETTHSI	1,051.34	-5.89 (-0.56%)	3,021,474	45,929.98
SETWB	1,012.41	-3.78 (-0.37%)	430,382	9,504.93
mai	591.10	-9.73 (-1.62%)	1,677,851	6,610.52



หมายเหตุ

- ข้อมูลเพื่อการศึกษาหรือใช้งานส่วนบุคคลเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อประกอบการซื้อขายหลักทรัพย์
- ข้อมูลปริมาณและมูลค่าสิ้นวันหลังเวลา 17.30 น. เป็นข้อมูลที่มีการซื้อขาย Dfx

ภาพรวมภาวะตลาด		ข้อมูลล่าสุด 14 ก.พ. 2566 17:17:22			
		SET		mai	
สถานะ	หลักทรัพย์	ปริมาณ ('000 หุ้น)	มูลค่า (ลบ.)	สถานะ	หลักทรัพย์
▲ เพิ่มขึ้น	342	4,227,672	26	161,261	
↔ ไม่เปลี่ยนแปลง	422	2,969,722	34	627,203	
▼ ลดลง	1,278	10,948,307	196	888,188	
จำนวนรายการ	SET	688,854	mai	144,798	

ผลการดำเนินงาน		ข้อมูล ณ วันที่ 13 ก.พ. 2566	
		SET	mai
มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (ลบ.)		20,395,360.07	573,319.13
อัตราหมุนเวียนปริมาณการซื้อขาย (YTD) (%)		21.03	12.11
P/E (เท่า)		18.27	56.05
P/BV (เท่า)		1.65	3.09
อัตราเงินปันผลตอบแทน (%)		2.52	1.06
กำไรสุทธิต่อหุ้น		91.13	10.72

%การเปลี่ยนแปลงของดัชนี		ข้อมูล ณ วันที่ 13 ก.พ. 2566	
		SET	mai
ในรอบ 3 เดือนล่าสุด		+1.69%	-3.95%
ในรอบ 6 เดือนล่าสุด		+2.63%	-1.66%
YTD (Year to Date)		-0.23%	+2.85%

หมายเหตุ

- หลักทรัพย์ต่างประเทศจะไม่ถูกรวมในการคำนวณข้อมูล อัตราส่วนราคาปิดต่อกำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นทางบัญชี อัตราเงินปันผลตอบแทน มูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด และอัตราหมุนเวียนปริมาณการซื้อขาย
- ไม่นำหลักทรัพย์ในหมวดกองทุนรวมซึ่งหลักทรัพย์เข้าร่วมคำนวณค่า P/E (มีผลตั้งแต่ 31 มีนาคม 2552 เป็นต้นไป)

10 อันดับสูงสุด

10 อันดับสูงสุด

SET

mai

มูลค่าซื้อขาย

ปริมาณซื้อขาย

ราคาเพิ่มขึ้น

ราคาลดลง

ค้นหายอดนิยม

หลักทรัพย์	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง	Intraday	มูลค่า AOM ('000 บาท)
☆ GUNKUL	4.22	-0.54 (-11.34%)		5,466,891.69
☆ AOT	71.75	-1.00 (-1.37%)		3,179,943.15
☆ PTTGC	50.50	0.00 (0.00%)		2,878,814.03
☆ DELTA	880.00	-22.00 (-2.44%)		2,603,427.70
☆ JMT	50.00	+0.50 (+1.01%)		2,301,737.80
☆ PTT	32.75	+0.50 (+1.55%)		1,939,425.20
☆ ADVANC	208.00	-2.00 (-0.95%)		1,813,109.80
☆ SINGER	21.10	-5.40 (-20.38%)		1,779,805.99
☆ PTTEP XD	161.00	-4.00 (-2.42%)		1,531,796.50
☆ BBL	165.00	+1.00 (+0.61%)		1,398,382.85

10 อันดับสูงสุด

SET

mai

มูลค่าซื้อขาย

ปริมาณซื้อขาย

ราคาเพิ่มขึ้น

ราคาลดลง

ค้นหายอดนิยม

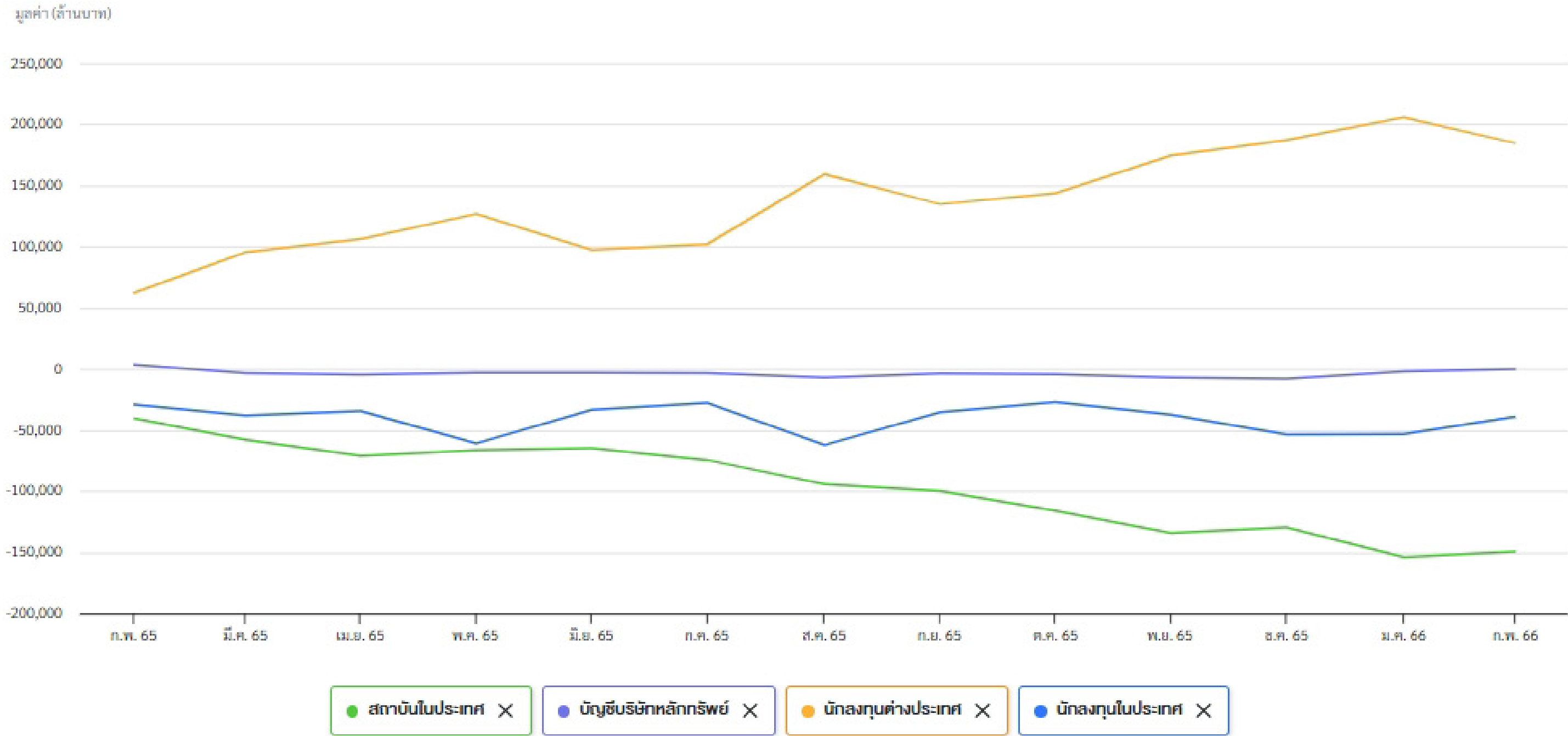
หลักทรัพย์	ล่าสุด	เปลี่ยนแปลง	Intraday	มูลค่า AOM ('000 บาท)
☆ MEB	44.25	+15.75 (+55.26%)		3,026,930.10
☆ NTSC	40.00	-1.75 (-4.19%)		372,228.13
☆ MASTER	80.00	-5.50 (-6.43%)		274,209.38
☆ MTW	7.10	+0.35 (+5.19%)		205,981.38
☆ KLINIQ	35.50	-2.50 (-6.58%)		161,946.68
☆ BEB	63.50	-1.25 (-1.93%)		139,220.60
☆ FSMART	13.70	-0.70 (-4.86%)		131,645.39
☆ YUASA	16.50	+3.00 (+22.22%)		126,826.97
☆ TMC	3.72	-0.24 (-6.06%)		119,799.35
☆ PRI	34.00	-0.75 (-2.16%)		103,430.80

SET

มูลค่าซื้อขาย ตามกลุ่มนักลงทุน

SET mai

มูลค่าการซื้อขายสุทธิสะสมตามกลุ่มนักลงทุนย้อนหลัง 1 ปี ข้อมูล ณ วันที่ 01 ก.พ. 2566



มูลค่าการซื้อขายตามกลุ่มนักลงทุน หน่วย : ล้านบาท

นักลงทุน	วันที่ 14 ก.พ. 2566					01 ก.พ. 2566 - 14 ก.พ. 2566					01 ม.ค. 2566 - 14 ก.พ. 2566			
	ซื้อ	%	ขาย	%	สุทธิ	ซื้อ	%	ขาย	%	สุทธิ	ซื้อ	%	ขาย	%
สถาบันในประเทศ	4,587.43	6.51	6,424.39	9.11	-1,836.95	43,961.24	7.32	41,180.64	6.86	2,780.61	170,074.45	8.37	191,564.85	9.43
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	4,973.84	7.05	4,699.47	6.66	274.37	47,034.00	7.83	44,754.81	7.45	2,279.19	155,176.57	7.64	147,236.67	7.25
นักลงทุนต่างประเทศ	34,308.43	48.65	34,972.50	49.59	-664.07	290,472.08	48.39	312,087.13	51.99	-21,615.05	1,000,492.68	49.23	1,003,764.17	49.39
นักลงทุนในประเทศ	26,648.98	37.79	24,422.33	34.63	2,226.65	218,867.51	36.46	202,312.25	33.70	16,555.25	706,400.77	34.76	689,578.78	33.93

mai

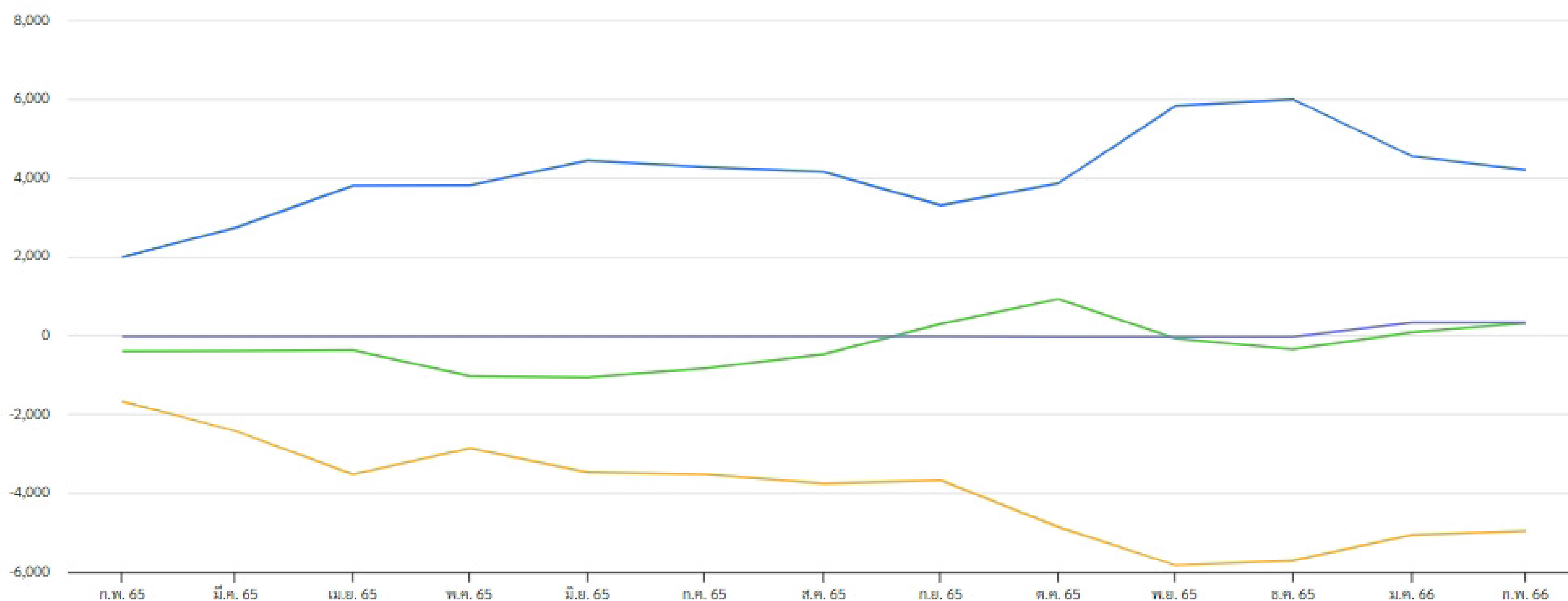
มูลค่าซื้อขาย ตามกลุ่มนักลงทุน

SET mai

มูลค่าการซื้อขายสุทธิสะสมตามกลุ่มนักลงทุนย้อนหลัง 1 ปี

ข้อมูล ณ วันที่ 01 ก.พ. 2566

มูลค่า (ล้านบาท)



สถาบันในประเทศ X

บัญชีบริษัทหลักทรัพย์ X

นักลงทุนต่างประเทศ X

นักลงทุนในประเทศ X

มูลค่าการซื้อขายตามกลุ่มนักลงทุน

หน่วย : ล้านบาท

นักลงทุน	วันที่ 14 ก.พ. 2566					01 ก.พ. 2566 - 14 ก.พ. 2566					01 ม.ค. 2566 - 14 ก.พ. 2566				
	ซื้อ	%	ขาย	%	สุทธิ	ซื้อ	%	ขาย	%	สุทธิ	ซื้อ	%	ขาย	%	สุทธิ
สถาบันในประเทศ	115.22	1.74	746.96	11.30	-631.74	791.95	1.84	1,181.83	2.74	-389.87	2,815.82	2.28	2,773.26	2.25	42.56
บัญชีบริษัทหลักทรัพย์	40.00	0.61	40.86	0.62	-0.86	80.27	0.19	82.18	0.19	-1.91	550.86	0.45	191.29	0.16	359.57
นักลงทุนต่างประเทศ	485.92	7.35	554.85	8.39	-68.93	4,395.16	10.19	4,360.72	10.11	34.44	13,757.08	11.16	13,069.23	10.60	687.85
นักลงทุนในประเทศ	5,969.39	90.30	5,267.86	79.69	701.53	37,852.27	87.78	37,494.93	86.96	357.34	106,177.69	86.11	107,267.66	87.00	-1,089.97

HOONINSIDE



ติดตาม Magazine Hooninside ได้แล้ววันนี้



WWW.HOONINSIDE.COM



LINE : HOONINSIDE

NEWSCENTER

PROGRAM NEWS CENTER



@HOONINSIDE

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



@HOONINSIDE