



พิทยา
วรปัญญาสกุล

KTC กระตุ้นยอดขายรถปรี๊ด

■ รุกอัดโปรฯ การตลาด Q4/64 ■ คงเป้าบัตร์ใหม่ 2.3 แสนใบ

นิวส์ คอนเน็คท์ - KTC ปรับแผนออกโปรโมชั่นกระตุ้นการใช้จ่าย หลังการระบอบาของโควิด-19 จุดยอดการใช้จ่ายของลูกค้า ขณะที่ ยังคงเป้าสมาชิกบัตร์ใหม่ในปีนีไว้ที่ 2.3 แสนใบ

นางพิทยา วรปัญญาสกุล รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร-ธุรกิจ บัตร์เครดิต บริษัท บัตร์กรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ KTC เปิดเผยว่าภาพรวม ธุรกิจบัตร์เครดิตในปีนีถือว่าได้รับผลกระทบ [อ่านต่อหน้า 2 >](#)

IRPC ทุ่มทุนก้อนโต 1.33 หมื่นล. ปรับคุณภาพน้ำมันเป็น 'Euro V'

นิวส์ คอนเน็คท์ - IRPC ขานรับนโยบายภาครัฐ เตรียมงบ 13,300 ล้านบาท เดินหน้าลงทุนโครงการ ปรับปรุงประสิทธิภาพโรงกลั่นและคุณภาพ น้ำมันดีเซล Euro V เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ การแข่งขันในระยะยาว พร้อมดำเนินการผลิต เชิงพาณิชย์ในปี 2567

นายชวลิต ทิพพานิช ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) หรือ IRPC เปิดเผยว่าที่ประชุมคณะกรรมการ บริษัทฯ มีมติอนุมัติให้ดำเนินโครงการปรับปรุง ประสิทธิภาพโรงกลั่นและปรับปรุงคุณภาพน้ำมันดีเซล (Ultra Clean Fuel Project: UCF) [อ่านต่อหน้า 2 >](#)

B เดินเครื่อง 100% เปิดให้เช่าพื้นที่ ดินผลงานแกร่ง

นิวส์ คอนเน็คท์ - B ลุยโลจิสติกส์ กลุ่มลูกค้า อุตสาหกรรม-อาหาร เตรียม รุกธุรกิจให้เช่าพื้นที่วางตู้คอนเทนเนอร์ เสริมรายได้โตแกร่ง

นายปัญญา บุญญาภิวัฒน์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท บี จิสติกส์ จำกัด (มหาชน) หรือ B เปิดเผยว่าแผนธุรกิจ ในปี 64 บริษัทจะให้หน้าหนักการดำเนินงาน ธุรกิจอยู่ที่กลุ่มโลจิสติกส์เป็นหลัก คิดเป็น 80% ของรายได้รวม และลงทุนด้าน สาธารณูปโภคประมาณ 20% เพราะยังมี แนวโน้มเติบโตสูงหลังจากได้ปรับโครงสร้าง องค์กร ลดต้นทุนการบริหารจัดการ รวมทั้งเร่งขยายฐานลูกค้าอย่างเต็มที่ ส่งผลให้ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจมีความ แข็งแกร่งมากขึ้น [อ่านต่อหน้า 2 >](#)



เปิดตัว Swap & Go..... บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) และ บริษัท สวอป แอนด์ โก จำกัด ร่วมเปิดตัว "สวอปแอนด์โก" (Swap & Go) ผู้ให้บริการ แพลตฟอร์ม โครงสร้างพื้นฐาน และ เครือข่าย Battery Swapping หรือการ สลับแบตเตอรี่แก่ผู้ใช้งานรถมอเตอร์ไซค์ ไฟฟ้า เพื่อรองรับการขยายตัวของผู้ใช้งาน โดยนำร่องในกลุ่มธุรกิจบริการรับ-ส่ง อาหารหรือสิ่งของ (Delivery Service)





KTC

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในส่วนของยอดใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตที่มีโอกาสเติบโตที่ระดับ 5% หรือคิดเป็นจำนวนเงินราว 200,000 ล้านบาท จากเดิมที่บริษัทตั้งเป้าการเติบโตไว้ที่ 8% ซึ่งยอดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในช่วงครึ่งปีแรกอยู่ที่ 94,000 ล้านบาท เติบโต 4% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันกับปีก่อน ทั้งนี้ บริษัทจะมีการจัดแคมเปญหรือโปรโมชั่นทางการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตในช่วงครึ่งปีหลัง ซึ่งจากเดิม

บริษัทมีแผนทำการตลาดในไตรมาส 3/64 แต่จากสถานการณ์ในปัจจุบันอาจทำให้ต้องเลื่อนการออกแคมเปญหรือโปรโมชั่นการตลาดไปไว้ในช่วงไตรมาส 4/64

ขณะที่จำนวนสมาชิกบัตรเครดิตใหม่ตั้งต้นปีถึงปัจจุบันเพิ่มขึ้น 95,000 ใบ ซึ่งบริษัทยังคงหมายจำนวนบัตรเครดิตใหม่เพิ่มขึ้น 230,000 ใบตามเดิม โดยปัจจุบันบริษัทมีฐานบัตรเครดิตอยู่ที่ราว 2.5 ล้านใบ ซึ่งบริษัทจะใช้ช่องทางขายฐานสมาชิกที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือสาขาธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ และหน่วยงาน Outsource Sales

อย่างไรก็ตาม อัตราการอนุมัติบัตรเครดิตใหม่ลดลงมาอยู่ที่ 36% จากก่อนหน้ามากกว่า 40% ซึ่งเป็นตามภาวะเศรษฐกิจ และคุณภาพของลูกค้าที่เข้ามาลดลง โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป และสัดส่วนสมาชิกอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 55% และจังหวัดอื่นๆ 45%

สำหรับหนี้ที่มีก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของบัตรเครดิตในเดือนพ.ค.ที่ผ่านมาอยู่ที่ระดับ 1.5% จากสิ้นไตรมาส 1/64 อยู่ที่ระดับ 1.4% ขณะที่ภาพรวม NPL ของอุตสาหกรรมเดือนเม.ย.64 อยู่ที่ 2.3% ●



ชวลิต
ทิพพานิช

IRPC

โดยการดำเนินโครงการดังกล่าว สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงพลังงานที่กำหนดให้จำหน่ายน้ำมันดีเซลในประเทศตามมาตรฐาน Euro V ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 2567 เพื่อลดปัญหา

ฝุ่นมลภาวะ รวมถึงลดปัญหา PM 2.5 และสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของบริษัทฯ ในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในระยะยาว ทั้งนี้ รายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) ของโครงการดังกล่าวได้รับความเห็นชอบจากสำนักงานนโยบายและแผน

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) แล้ว “โครงการนี้มีมูลค่าเงินลงทุนรวมทั้งสิ้น 13,300 ล้านบาท ซึ่งจะพร้อมผลิตเชิงพาณิชย์ได้ภายในปี 2567 เมื่อโครงการนี้ดำเนินการแล้วเสร็จ บริษัทฯ จะสามารถแปลงสภาพน้ำมันดีเซลกัมมะถันสูงเป็นน้ำมันดีเซลกัมมะถันต่ำตามมาตรฐาน Euro V ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งหมด” นายชวลิต กล่าว

โครงการดังกล่าว ถือเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการปรับลดกัมมะถันในน้ำมันดีเซล จะช่วยลดการระคายมลพิษจากไอเสียไม่ว่าจะเป็นก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ ก๊าซไฮโดรคาร์บอน ก๊าซออกไซด์ของไนโตรเจน รวมถึงฝุ่นละออง ●

B

โดยปัจจุบันบริษัทมีรถบรรทุกหัวลาก 37 คัน ซึ่งมีการใช้งานเต็ม 100% นอกจากนี้จะใช้บริการขับคอนแทคอีกประมาณ 100 คัน สะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวของธุรกิจอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ บริษัทมีแผนจะขยายการลงทุนต่อยอดไปยังธุรกิจให้เข้าพื้นที่วางตู้คอนเทนเนอร์เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการเจรจาหาพื้นที่ คาดว่าจะเจรจาแล้วเสร็จภายในไตรมาส 3 ปีนี้ โดยบริษัทจะเน้นลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรม และกลุ่มอาหารเป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตต่อเนื่อง

ส่วนการลงทุนอื่นๆ บริษัทจะเน้นกลุ่มสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ล่าสุดได้ลงทุนใน



ปัญญา
บุญญาภิวัฒน์

บริษัท เทพฤทธา จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตน้ำดิบสัดส่วน 51% ลงทุนในบริษัท เดอะ เมกะวัตต์ จำกัด รวมทั้งการลงทุนในโรงงานไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ในเวียดนาม และการลงทุนในบริษัทมูนซ็อด เวนเจอร์ แคปปิตอล จำกัด

นอกจากนี้ ยังลงทุนในธุรกิจรถเช่า โดยบริษัทย่อยถือหุ้น 100% ในบริษัท ไชลู้ซันส์ มอเตอร์ส จำกัด ซึ่งแต่ละธุรกิจที่บริษัทได้เข้าไปลงทุน มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี และจะเริ่มทยอยรับรู้รายได้เข้ามาอย่างต่อเนื่อง ●



อเนกดาขายยอดขายครึ่งปี7.2พันล.

นิวส์ คอนเน็กซ์-อเนกดาไตรมาส 2/64 ไทย ยอดขาย 3,264 ล้านบาท สูงกว่าเป้า 16% หนุนยอดขายครึ่งปีแรก 7,243 ล้านบาท ส่งสัญญาณฟื้นตัวต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลัง นายเสริมศักดิ์ ขวัญพวง ประธานเจ้าหน้าที่ สายงานการเงิน บริษัท อเนกดา ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า แม้จะมีการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ระลอกใหม่ในประเทศไทย แต่บริษัทยังทำผลงานเป็นที่น่าพอใจใน สถานการณ์ที่มีการล็อกดาวน์ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา

โดยผลดำเนินงานในช่วงไตรมาส 2/64 มียอดขาย 3,264 ล้านบาท ดีกว่าเป้าหมายที่วางไว้ 2,816 ล้านบาท ถึง 16% ซึ่งเกินเป้าหมายที่วางไว้ทั้งในส่วนของโครงการคอนโดมิเนียม และโครงการแนวราบ หนุนยอดขายครึ่งปีแรก ทำได้ 7,243 ล้านบาท

ส่วนใหญ่มาจากการที่บริษัทมุ่งเน้น



เสริมศักดิ์ ขวัญพวง

การขายโครงการพร้อมอยู่ที่มีความหลากหลาย ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การอยู่อาศัยของคนเมือง ได้อย่างลงตัวที่สุด และด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รองรับความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างทั่วถึงทั้งผู้ซื้อในประเทศ และต่างประเทศ

สำหรับการพัฒนาโครงการในยุคNewNormalนี้ จะเน้นในเรื่องของความคุ้มค่าเพื่อสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้บริโภค และมาตรการสาธารณสุข

เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจเมื่อมีการเยี่ยมชมโครงการของบริษัท

ทั้งนี้ บริษัทได้มีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้า การขาย และการตลาดใหม่ทำให้ไม่ได้รับผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังมั่นใจว่าจากมาตรการของภาครัฐในการปิดแคมป์คนงานก่อสร้าง 30 วัน ไม่ส่งผลกระทบต่อบริษัท

ภาพข่าว



◀ TVD จับรางวัลผู้โชคดีแคมเปญใหญ่ครบรอบ 22 ปี

นายทรงพล ชัญมาตรกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ทีวี ดีเรค จำกัด (มหาชน) หรือ TVD จับรางวัลในแคมเปญ “TVD 22nd Year Happy Birthday Sale” ให้กับผู้โชคดีที่เข้าร่วมกิจกรรมลุ้นรับรางวัลใหญ่สุดร้อยละ 40 รางวัล น้ำหนักรวม 22 บาท และลุ้นโชค 3 ต่อ ร่วมลุ้น 9 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 2,245 รางวัล มูลค่ารวม 5,507,145 บาท ตั้งแต่วันที่ 29 เมษายน - 30 มิถุนายน 2564 เพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้าที่ไว้วางใจสนับสนุนสินค้าของทีวี ดีเรคมาโดยตลอด และกระตุ้นยอดขายช่วงไตรมาส 2/2564

▶ เมืองไทยประกันชีวิต ร่วมสมทบทุนจัดทำกล่องยังชีพ

นายสาระ ลำชา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ร่วมสมทบทุนจัดทำกล่องยังชีพ “กล่องพลังจากใจเบลล่า” จำนวน 20,000 กล่อง ซึ่งภายในกล่องประกอบไปด้วยข้าวสาร อาหารแห้ง และสิ่งของที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เพื่อนำไปมอบให้ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าความช่วยเหลือของบริษัทฯ ในครั้งนี้จะสร้างพลังใจให้กับทุกคนรอบครัว ให้มีแรงกายและแรงใจที่เข้มแข็ง พวกเราจะผ่านพ้นเรื่องนี้ไปด้วยกัน

