



# NERปี64เป้ารายได้2.2หมื่นล.

■ ยอดขายยางทะยาน4.1แสนตัน ■ ออเดอร์ลูกค่าเก่า-ใหม่ไหลเข้า



ชววิทย์  
จิ่งธนสมบุรณ์

นิวส์ คอนเน็คท์ - NER ตั้งเป้าปี 64 รายได้ 22,000 ล้านบาท จากความต้องการใช้ยางในอุตสาหกรรมยังดีต่อเนื่อง โรงงานเดินเครื่องได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เตรียมจำหน่ายแผ่นรองพื้นในคอกปศุสัตว์ช่วง Q3/64 ขณะทีผลงานปี 63 ไม่พลาตเป้า

นายชววิทย์ จิ่งธนสมบุรณ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท นอร์ทอีสท์ รีบเบอร์จำกัด (มหาชน) หรือ NER เปิดเผยว่าปี 2564 บริษัทตั้งเป้ารายได้ 22,000 ล้านบาท โดยมองว่าความต้องการใช้ยางในอุตสาหกรรมยังดีต่อเนื่อง

[อ่านต่อหน้า 2 >](#)

## BAFSทุ่ม1.7พันล. เทกซ์โซลาร์ฟาร์ม 7โรง36.4เมกะวัตต์

นิวส์คอนเน็คท์-BAFS เทงบ1.7พันล้านบาท ส่งบริษัทลูกซื้อโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ 7โรง กำลังผลิตรวม 36.4 เมกะวัตต์ รั้รับรายได้เข้ามือตั้งแต่ปีแรกที่ซื้อ

นายประกอบเกียรติ นินนาท กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท บริการเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือ BAFS เปิดเผยว่าทีประชุมคณะกรรมการบริษัท เมื่อวันที่3ธ.ค.63 ได้อนุมัติให้บริษัท บาส์ คลีน เอนเนอร์ยีคอร์ปอเรชั่น จำกัด (BC) บริษัทย่อยของBAFS เข้าซื้อกิจการโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์จำนวน 3 บริษัท มีโรงไฟฟ้ารวม 7 โรง

โดยซื้อจากบริษัท พีดีไอ เอนเนอร์ยี จำกัด บริษัทย่อยของบริษัท ผาแดงอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) หรือ PDI เป็นการเข้าซื้อหุ้นในสัดส่วน 100% มูลค่าการซื้อหุ้นประมาณ 1,704.67 ล้านบาท

[อ่านต่อหน้า 2 >](#)

## NWRทุนเบ็ดลือก2.6หมื่นล้าน หนุนผลงานปี64เติบโต10-15%

นิวส์ คอนเน็คท์ - NWR ปี 64 ตั้งเป้ารายได้โต10-15% หลังสะสมBacklog2.6หมื่นล้านบาท พร้อมเตรียมเข้าประมูลงานมูลค่ารวมกว่า 50,000 ล้านบาท

นายปล้น สวัสดิ์บุรี รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส บริษัท เนวาร์ธน์พัฒนาการ จำกัด (มหาชน) หรือ NWR เปิดเผยว่า ในปี 64 บริษัทตั้งเป้ารายได้เติบโต10-15% โดยได้รับปัจจัยหนุนจากงานรับเหมาก่อสร้างโยธาที่ฝังานในมือ (Backlog) 2.6 หมื่นล้านบาท ททยอรั้รับรู้เป็นรายได้ 3 ปี โดยในปี64 คาดว่า จะรับรู้เป็นรายได้ประมาณ40%

[อ่านต่อหน้า 2 >](#)



IND ไรด์โชว์ห้องค้า บล.ยู.โอ.บี เคย์เสียน.... นายรัฐวิทย์ณัฒน์ ล่าพูนผู้ช่วยประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานสำนักประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อินเด็คซ์ อินเทอร์เน็ตเซชั่นเนล กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ IND พร้อมด้วย นายเสกสรรค์ คโนปจัย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท แอสเซท โปร แมเนจเม้นท์ จำกัด หรือ APM ในฐานะทีปรึกษาทางการเงิน ร่วมนำเสนอมูลข้อมูลรายละเอียดหลักทรัพย์ แก่เจ้าหน้าที่การตลาดและนักลงทุน บล. ยู.โอ.บี เคย์เสียน (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยมีนายชัยพัชร นาคมนพนาคัม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ให้การต้อนรับ





ประจำวันที่ 8 ธันวาคม 2563

[www.newsconnect.com](http://www.newsconnect.com)

## NER

ซึ่งปัจจัยหนุนหลายด้าน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการผลิตถุงมือยาง นอกจากนี้หากสถานการณ์โควิดคลี่คลาย จะทำให้การเดินทางมากขึ้นยังส่งผลต่อความต้องการใช้ยางรถยนต์เพิ่มมากขึ้น

ส่วนปริมาณการขาย คาดว่าจะทำยอดขายยาวพาราอยู่ที่ 410,000 ตัน จากกำลังการผลิตทั้งหมด 465,000 ตัน

นอกจากนี้ราคาขายเฉลี่ยในปี 64 จะสูงกว่าปี 2563 ค่อนข้างมาก เนื่องจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อของผู้ซื้ออย่าง โดยสัดส่วนยอดขายในปี 64 ในประเทศกับต่างประเทศ อยู่ที่ 50:50

พร้อมกันนี้ ในปี 64 บริษัทยังมีแผนลงทุนเครื่องจักรแผ่นรองพื้นในคอกของปศุสัตว์ ที่ได้มีการพัฒนาสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (มอ.) ประมาณ 240 ล้านบาท จะติดตั้งเครื่องจักรแล้วเสร็จ

ในช่วงไตรมาส 2/64 และเริ่มจำหน่ายได้ในช่วงไตรมาส 3/64 ทำให้ปี 64 จะมีรายได้จากส่วนนี้เข้ามาเสริม โดยสินค้าดังกล่าวมีอัตรากำไรขั้นต้นสูงในระดับสูง

สำหรับผลประกอบการปี 63 คาดว่ารายได้จะโตตามเป้าที่ 17,000 ล้านบาท จากโรงงานผลิตเดิมและโรงงานแห่งใหม่สามารถผลิตได้ตามแผน อีกทั้งยังมีคำสั่งซื้อจากลูกค้ารายใหญ่ในประเทศเพิ่มขึ้น ทำให้ปัจจุบันกำลังการผลิตเกือบเต็ม 100% ●



ปลื้ม  
สวัสดิ์บุรี

## NWR

นอกจากนี้ ได้รับปัจจัยหนุนจากบริษัท แอ็ดวานซ์พีแอม จำกัด บริษัทย่อยที่ดำเนินธุรกิจ

ผลิตและจำหน่าย และบริการผลิตภัณฑ์คอนกรีตสำเร็จรูปที่มีรายได้เพิ่มขึ้น ขณะที่ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยอดขายทรงตัว

ขณะเดียวกัน ในปี 64 บริษัทฯ ยังได้

ติดตามงานและพร้อมเข้าประมูลงานก่อสร้างโยธาราว 50,000 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่เป็นโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐไม่ว่าจะเป็นโครงการพัฒนารถไฟฟ้าทางคู่เฟส 2 โครงการพัฒนารถไฟฟ้า โครงการขยายถนนมอเตอร์เวย์โรงไฟฟ้า เป็นต้นซึ่งก็เป็นโอกาสที่บริษัทฯ จะได้รับงานเข้ามาเพิ่ม

สำหรับภาพรวมผลประกอบการปี 63 คาดว่าจะปิดอยู่ในแดนบวกได้ แต่ต้องลุ้นการบริหารจัดการต้นทุน เนื่องจากที่ผ่านมาบริษัทฯ เข้าพื้นที่งานก่อสร้างล่าช้า ประกอบกับได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ขาดแคลนแรงงานกระทบต่อการควบคุมระยะเวลาการก่อสร้าง ส่งผลให้งานล่าช้ากว่ากำหนด ส่งผลให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้น ●

## BAFS

ประกอบด้วย 1. บริษัท เอทีซีเอ็นไวโร จำกัด มีโรงไฟฟ้า 5 โรง กำลังผลิตรวม 29 เมกะวัตต์ ได้แก่โรงที่ 1-3 ตั้งอยู่ที่ จ.ปราจีนบุรี และโรงที่ 4-5 ตั้งอยู่ที่ จ.สมุทรสาคร มีอายุสัญญาซื้อขายไฟฟ้ากับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค รวม 25 ปี ปัจจุบันมีอายุสัญญาซื้อขายไฟฟ้าคงเหลือ 20 ปี

2. บริษัท พีดีไอ แมร์มาด จำกัด มีโรงไฟฟ้าจำนวน 1 โรง กำลังการผลิต 6.3 เมกะวัตต์ ตั้งอยู่ที่ จ.ตาก มีสัญญาซื้อขายไฟฟ้าในรูปแบบ Adder ที่สามารถขยายระยะเวลาต่อไปคราวละ 5 ปี และ 3. บริษัท พี.พี. โซล่า (หนองโน) จำกัด มีโรงไฟฟ้าจำนวน 1 โรง กำลังการผลิต 1.1 เมกะวัตต์ ตั้งอยู่ที่ จ.ขอนแก่น มีสัญญาซื้อขายไฟฟ้าในรูปแบบ Adder ที่สามารถขยายระยะเวลาต่อไป



ประกอบเกียรติ  
นินนาท

คราวละ 5 ปี

โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ทั้ง 7 โรง มีกำลังการผลิตรวม 36.4 เมกะวัตต์ซึ่ง COD แล้ว

โดยการลงทุนครั้งนี้สามารถสร้างรายได้ตั้งแต่ปีแรกของการซื้อกิจการ เบื้องต้น คาดว่าจะมีรายได้รวมในปี 2564 ไม่น้อยกว่า 300 ล้านบาท ●



# “เคทีซี” ร่วมวง “Thai Select” ผลักดันอัตลักษณ์อาหารไทยสู่โควิด-19

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 63 ได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และอุตสาหกรรมเกือบทั้งหมดของไทย แต่ที่ผ่านมามีความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้ประกอบการที่ขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ และธุรกิจโรงแรมในท้องถิ่น เพราะเป็นภาคที่ชัดเจนว่าได้รับผลกระทบจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ได้ออกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ แต่ยังมีอีกหนึ่งธุรกิจที่อาจสาหัสไม่แพ้กัน และไม่ค่อยมีใครพูดถึง คือ “ธุรกิจร้านอาหาร”

นางสาววิมลพร พันธ์มรรค์ ผู้จัดการอาวุโส - ธุรกิจโรงแรมและที่พัก บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) หรือ “เคทีซี” กล่าวว่า การใช้จ่ายผ่านบัตรกรุงไทยในหมวดของร้านอาหาร (Dining) เป็นกลุ่มที่เราให้ความสำคัญ และทำการตลาดค่อนข้างมาก เพราะเป็น Everyday Usage ที่คนนิยมใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ซึ่งในแง่ของยอดการใช้จ่าย (Spending) จะอยู่ในอันดับ 6-7 ของพอร์ทัลเคทีซี แต่ในด้านการบริหารแนวทางการใช้จ่าย (Transaction) จะเป็นอันดับ 2-3 ของพอร์ทัลเคทีซี

แต่การระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหาร ทั้ง Chain ขนาดใหญ่ หรือร้านอาหารทั่วไป โดยเฉพาะการที่ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ คือการนำพันธมิตรเข้ามาช่วยให้ร้านอาหารอยู่รอดได้ ซึ่งเป็นที่มาของภาคีเคทีซีได้เข้าไปพูดคุยจนมาจบที่แผนเปญ Thai SELECT

สำหรับ Thai SELECT นั้นมีพลในตราสัญลักษณ์ที่มีชีพีตเชิงในรูปชามข้าวชาติเพราะสันติภาพภายใต้ตราสัญลักษณ์นี้ที่ร้านอาหารไทยที่อยู่ในต่างประเทศ เพื่อรับของขวัญวันเกิดแก่ร้านอาหารไทยแท้ หรือมีรายการอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยป้ายสัญลักษณ์จะมีสินค้าต่างกันไปตามประเภท คือ

*\*Thai SELECT SIGNATURE จะอยู่บนพื้นสีทอง สำหรับร้านอาหารที่มีคุณภาพของเคเอ็ม ราชอาณาจักรไทยแท้ ตกแต่งร้านสวยงามและบริการเป็นเลิศ อาทิ รสดี โฮสเทล และ บ้านสุวิภาสดี*

*\*Thai SELECT CLASSIC บนพื้นสีชมพู สำหรับร้านอาหารไทยระดับ 3-4 ดาวคุณภาพดีเยี่ยม เป็นเมนูอาหารไทยต้นตำรับคุณภาพดี อาทิ เมล็ดข้าวหอมแดง และ เสวย*



วิมลพร พันธ์มรรค์



**\*Thai SELECT UNIQUE บนพื้นที่สัมผัส  
สำหรับร้านอาหารคุณภาพดีเยี่ยม และ  
ขายอาหารไทยต้นตำรับคุณภาพดี และ  
มีเมนูอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น อาทิ คั่วกลิ้ง  
ผักสด และ ส้มตำเด้อ**

อย่างไรก็ตาม ความตั้งใจแรกของ  
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวง  
พาณิชย์ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มโครงการฯ ต้องการมอบ  
ตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ให้ร้านอาหารไทย  
ที่อยู่ในต่างประเทศ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ  
และส่งเสริมการบริโภคอาหารไทยในต่างประเทศ  
มากกว่า 20 ปี

สำหรับในประเทศไทย กรมพัฒนา  
ธุรกิจการค้า ได้นำตราสัญลักษณ์มาต่อยอด  
แต่จะเน้นโปรโมตไปที่ กลุ่มนักท่องเที่ยว



ต่างชาติ และเริ่มทำมา 3 ปีแล้ว แต่เมื่อเกิดการ  
แพร่ระบาดของโควิด -19 ไม่มีชาวต่างชาติ  
เข้ามา ทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้าต้องการ  
ช่วยให้ร้านอาหารไทยอยู่รอดได้ จึงร่วมมือกับ  
เคทีซีในการช่วยโปรโมตร้านอาหารและ  
สัญลักษณ์ Thai SELECT ให้เป็นที่รู้จัก  
ในหมู่นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบรสชาติและอัตลักษณ์

ในอาหารไทย

ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยในประเทศไทย  
ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT อยู่ราว  
700-800 ร้าน และเบื้องต้นได้มีการร่วมมือกับ  
เคทีซีจำนวน 108 ร้านค้ามอบสิทธิพิเศษให้กับ  
สมาชิกบัตรเครดิตเคทีซีที่เข้าไปใช้บริการ  
ซึ่งเทรนด์ความสนใจในอาหารไทยได้เริ่มเห็น  
เด่นชัดมา 2-3 ปี และร้านอาหารไทยที่เป็น  
Chain มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้คนได้รู้จัก  
ร้านอาหารไทยมากขึ้นตามไปด้วย และยัง  
ในช่วงที่ร้านอาหารไทยได้รับสัญลักษณ์มีขลิ  
ยังทำให้เกิดกระแสการยอมรับในอาหารไทย  
มากขึ้น

"การเข้าไปร่วมแคมเปญครั้งนี้ ถือเป็น  
ครั้งแรกที่เคทีซีได้ร่วมมือกับภาครัฐ ซึ่งจะช่วย  
ให้เราได้พันธมิตรร้านอาหารไทยมากขึ้น  
ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และยังได้  
ช่วยเหลือร้านค้าอีกด้วย เพราะตอนนี้ไม่มีใคร  
อยู่ได้ด้วยตัวคนเดียว ทุกคนต้องการพันธมิตร  
ธุรกิจ ถือเป็นโอกาสที่เคทีซีได้มีส่วนช่วย  
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า โปรโมตตราสัญลักษณ์

Thai SELECT และเชื่อว่าอนาคตจะมีอีกหลาย  
โปรเจกต์ที่ได้ทำงานร่วมกัน" นางสาววิรัชภา กล่าว

สำหรับผู้ที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับร้าน  
อาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai SELECT  
ซึ่งเคทีซีได้มีการจัดทำหนังสือ "PRIDE OF  
THAIS" โดยรวบรวมร้านอาหารไทยจำนวน  
108 ร้านค้าที่ร่วมแคมเปญกับเคทีซี พร้อม  
สิทธิพิเศษต่างๆ ไว้สำหรับสมาชิกบัตรเครดิต  
เคทีซี โดยสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติม  
และดาวน์โหลดหนังสือได้ที่ [www.ktc.co.th/thaiselect](http://www.ktc.co.th/thaiselect)



ปู๋จ๋า



ม้าฮ่อ



ข้าวตังน้ำพริกกากหมู