

เลขที่ 2505/008TH

วันที่ 8 พฤษภาคม 2568

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาสที่ 1/2568 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท ยูบิส (เอเชีย) จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอแจ้งผลการดำเนินงานและฐานะการเงิน เปลี่ยนแปลงเกินร้อยละ 20 สำหรับไตรมาส 1/2568 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 ของบริษัทและบริษัทย่อย โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

ไตรมาสที่ 1 (หน่วย: ล้านบาท)	2567	2568	ผลต่าง	%ผลต่าง
รายได้จากการขาย	222.8	192.1	-30.7	-13.8%
ต้นทุนขาย	156.2	135.3	-21.0	-13.4%
กำไรขั้นต้น	66.6	56.9	-9.7	-14.6%
รายได้อื่น	2.6	1.7	-0.8	-32.4%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	23.1	19.1	-4.0	-17.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	29.3	33.1	3.8	13.1%
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ	10.8	1.6	-9.2	-85.2%
กำไร (ขาดทุน) จากกิจกรรมดำเนินงาน	27.6	8.0	-19.6	-71.1%
กลับรายการ (ขาดทุนจากการด้อยค่า)ซึ่งเป็นไปตาม TFRS 9	(2.4)	(0.6)	1.8	76.4%
ต้นทุนทางการเงิน	2.8	3.1	0.3	8.8%
(ค่าใช้จ่าย)รายได้ภาษีเงินได้	0.1	0.6	0.5	363.6%
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	22.3	3.7	-18.6	-83.3%
กำไร(ขาดทุน)/ต่อหุ้น	0.08	0.01	-0.07	-83.3%

ทั้งนี้ในไตรมาสที่ 1/2568 บริษัทรายงานกำไรสำหรับงวดจำนวน 3.7 ล้านบาท กำไรลดลงจากไตรมาสที่ 1/2567 จำนวน 18.6 ล้านบาท คิดเป็นการลดลงร้อยละ 83.3 โดยบริษัทขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทและบริษัทย่อยที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีสาระสำคัญ ดังนี้

รายได้

ไตรมาสที่ 1 (หน่วย : ล้านบาท)	2567	2568	ผลต่าง	%ผลต่าง
รายได้จากธุรกิจบรรจุภัณฑ์โลหะ	222.8	191.2	-31.6	-14.2%
○ Lacquer	120.8	89.9	-30.9	-25.6%
○ Compound	87.9	94.2	6.3	7.2%
○ Other	14.1	7.1	-7.0	-49.4%
รายได้จากธุรกิจบริหารสินทรัพย์	0	0.9	0.9	N/A
รวม	222.8	192.1	(30.7)	-13.8%

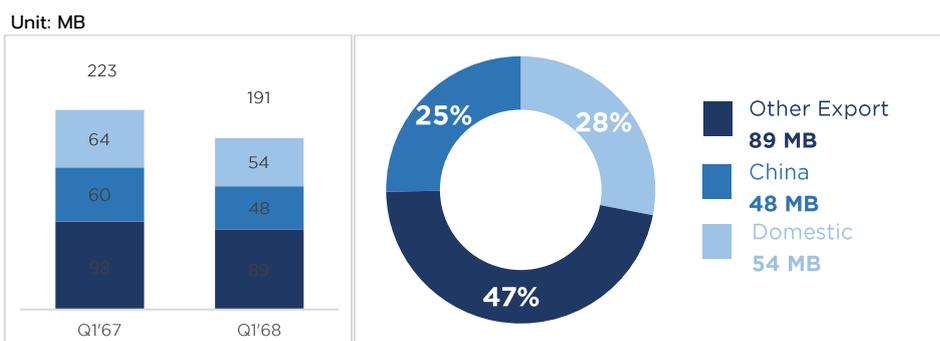
1. ธุรกิจบรรจุภัณฑ์โลหะ (Metal Packaging Business)

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์โลหะยังคงเป็นรายได้หลักของบริษัท โดยในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 บริษัทมีรายได้จากธุรกิจนี้จำนวน 191.2 ล้านบาท เทียบกับ 222.8 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นการปรับตัวลดลง 14.2% YOY ซึ่งเป็นผลจากภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลง โดยมีรายละเอียดรายกลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้:

- **Lacquer:** รายได้อยู่ที่ 89.9 ล้านบาท ลดลงจาก 120.8 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน (-25.6% YOY) ซึ่งเป็นผลจากการชะลอตัวของความต้องการในตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม บริษัทอยู่ระหว่างการติดตามแนวโน้มตลาดและปรับกลยุทธ์เพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขันในระยะถัดไป
- **Compound:** ยังคงมีทิศทางเชิงบวก โดยรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 94.2 ล้านบาท จาก 87.9 ล้านบาท (+7.2% YOY) สะท้อนถึงการตอบรับที่ดีของผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศ ซึ่งยังมีความต้องการต่อเนื่องนับตั้งแต่ช่วงปลายปี 2567
- **Other:** รายได้อยู่ที่ 7.1 ล้านบาท เทียบกับ 14.1 ล้านบาท ในปีก่อนหน้า (-49.4% YOY)

2. ธุรกิจบริหารสินทรัพย์ (Asset Management)

ในปี 2568 บริษัทเริ่มรับรู้รายได้จากธุรกิจบริหารสินทรัพย์เป็นครั้งแรก จำนวน 0.9 ล้านบาท แม้จะยังเป็นสัดส่วนที่ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับรายได้รวม แต่ถือเป็นก้าวแรกของการ ขยายธุรกิจใหม่ ที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างรายได้ที่หลากหลายและลดการพึ่งพารายได้จากธุรกิจหลัก โดยธุรกิจดังกล่าวเริ่ม ดำเนินการอย่างเต็มรูปแบบในช่วงกลางไตรมาสที่ 1 ส่งผลให้การรับรู้รายได้ในไตรมาสนี้ยังไม่สะท้อนศักยภาพอย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม ถือเป็น ทิศทางที่ดี และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในระยะถัดไป หากมีการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถ เรียกเก็บหนี้ได้อย่างต่อเนื่อง



ไตรมาสที่ 1 (หน่วย : ล้านบาท)	2567	2568	ผลต่าง	%ผลต่าง
รายได้แยกตามภูมิภาค	222.8	191.2	-31.6	-14.2%
○ ในประเทศ	64.2	53.6	-10.6	-16.5%
○ ตลาดต่างประเทศ	98.1	89.4	-8.7	-8.9%
○ ประเทศจีน	60.5	48.2	-12.3	-20.3%

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 บริษัทมีรายได้รวมจากการจำหน่ายสินค้าแยกตามภูมิภาคจำนวน 191.2 ล้านบาท เทียบกับ 222.8 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นการลดลง 14.2% YOY โดยสามารถแยกวิเคราะห์ตามภูมิภาคหลักได้ดังนี้:

- **ตลาดในประเทศ:** มีรายได้จำนวน 53.6 ล้านบาท ลดลงจาก 64.2 ล้านบาท (-16.5% YOY) มีการชะลอตัว โดยบริษัทอยู่ระหว่างการปรับกลยุทธ์เพื่อเสริมความแข็งแกร่งและตอบสนองต่อลูกค้าในประเทศที่เปลี่ยนแปลง
- **ตลาดต่างประเทศ (ไม่รวมประเทศจีน):** มีรายได้รวม 89.4 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจาก 98.1 ล้านบาท (-8.9% YOY) โดยแม้จะได้รับผลกระทบบางส่วนจากภาวะเศรษฐกิจโลก แต่ยอดขายของผลิตภัณฑ์ Compound มีส่วนช่วยพยุงภาพรวมรายได้ในตลาดต่างประเทศให้ยังคงอยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง อย่างไรก็ตามการหดตัวของยอดขายในภูมิภาคนี้ไม่รุนแรงมากนัก
- **ประเทศจีน:** มีรายได้จำนวน 48.2 ล้านบาท ลดลงจาก 60.5 ล้านบาท (-20.3% YOY) ซึ่งเป็นผลจากการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้นในตลาดท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม จีนยังคงเป็นตลาดสำคัญของบริษัทในระยะยาวโดยอยู่ระหว่างการทบทวนกลยุทธ์ด้านราคาและการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและรักษาฐานลูกค้า
- เมื่อพิจารณาในเชิงสัดส่วน รายได้จาก ตลาดต่างประเทศ (รวมประเทศจีน) ยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักของบริษัทในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 โดยคิดเป็น 72% ของรายได้รวม ขณะที่ตลาดในประเทศมีสัดส่วนอยู่ที่ 28% โดยแบ่งเป็นตลาดต่างประเทศอื่น ๆ (Other Export) 47%, จีน 25% และ ในประเทศ 28% โครงสร้างรายได้ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการพึ่งพาตลาดต่างประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะตลาดในยุโรปและตะวันออกกลางที่ยังคงแสดงแนวโน้มเชิงบวก แม้ภาพรวมเศรษฐกิจจะมีความผันผวนในบางภูมิภาค บริษัทจึงอยู่ระหว่างการวางแผนกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงในแต่ละตลาด และมุ่งมั่นรักษาสมดุลของรายได้จากทั้งในและต่างประเทศอย่างยั่งยืนในระยะยาว

กำไรขั้นต้น

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 บริษัทมีกำไรขั้นต้นอยู่ที่ 56.9 ล้านบาท ลดลงจาก 66.6 ล้านบาท ในไตรมาสที่ 1 ปี 2567 และจาก 65.0 ล้านบาท ในไตรมาสที่ 4 ปี 2567 อย่างไรก็ตาม แม้กำไรขั้นต้นในเชิงมูลค่าจะปรับตัวลดลงแต่บริษัทสามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นให้อยู่ในระดับสูงที่ 29.6% เทียบกับ 29.9% ในปีก่อน และสูงกว่า 27.2% ในไตรมาสก่อนหน้าสะท้อนถึงการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพท่ามกลางสถานะตลาดที่ยังมีความผันผวน

การคงอัตรากำไรขั้นต้นไว้ในระดับใกล้เคียงกับช่วงก่อนหน้าถือเป็นสัญญาณบวกแม้ยอดขายจะชะลอลง ทั้งนี้ปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากราคาวัตถุดิบที่ทรงตัวและการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้ต้นทุนการผลิตไม่เพิ่มขึ้นตามรายได้ที่ลดลง บริษัทจึงยังคงสามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรได้อย่างแข็งแกร่งในเชิงโครงสร้าง



ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ไตรมาสที่ 1 (หน่วย : ล้านบาท)	2567	2568	ผลต่าง	%ผลต่าง
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	23.1	19.1	-4.0	-17.2%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	29.3	33.1	3.8	13.1%
รวม	52.4	52.2	-0.2	-0.4%

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 บริษัทมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมกันทั้งสิ้น 52.2 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจาก 52.4 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นการลดลง 0.2 ล้านบาท หรือ 0.4% YOY

- โดยต้นทุนในการจัดจำหน่ายอยู่ที่ 19.1 ล้านบาท ลดลงจาก 23.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นการลดลง 17.2% เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากยอดขายที่ลดลง ประกอบกับค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่ปรับตัวลดลงตามปริมาณการส่งออกที่ลดลงในบางภูมิภาค
- ค่าใช้จ่ายในการบริหารอยู่ที่ 33.1 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 29.3 ล้านบาท หรือคิดเป็นการเพิ่มขึ้น 13.1% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

กำไรจากการดำเนินงานและกำไรสำหรับงวด

ไตรมาสที่ 1 (หน่วย : ล้านบาท)	2567	2568	ผลต่าง	%ผลต่าง
กำไร (ขาดทุน) จากกิจกรรมดำเนินงาน	27.6	8.0	-19.6	-71.1%
กลับรายการ (ขาดทุนจากการด้อยค่า)ซึ่งเป็นไปตาม TFRS 9	(2.4)	(0.6)	1.8	76.4%
ต้นทุนทางการเงิน	2.8	3.1	0.2	8.8%
(ค่าใช้จ่าย)รายได้ภาษีเงินได้	0.1	0.6	0.5	363.6%
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	22.3	3.7	-18.6	-83.3%
กำไร(ขาดทุน)/ต่อหุ้น	0.08	0.01	-0.07	-83.3%

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2568 บริษัทมีกำไรจากกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 8.0 ล้านบาท ลดลงจาก 27.6 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน คิดเป็นการลดลง 19.6 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 71.1 โดยเป็นผลจากรายได้ที่ปรับตัวลดลงในบางกลุ่มผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม บริษัทสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ใกล้เคียงกับปีก่อน และยังคงรักษาอัตรากำไรขั้นต้นในระดับที่แข็งแกร่งซึ่งสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุน

นอกจากนี้ บริษัทมีการกลับรายการขาดทุนจากการด้อยค่าตามมาตรฐานบัญชี TFRS 9 ลดลงจาก (2.4 ล้านบาท) เหลือ (0.6 ล้านบาท) ส่งผลให้ผลกระทบเชิงลบต่อกำไรลดลงอย่างชัดเจน ขณะที่ต้นทุนทางการเงิน อยู่ที่ 3.1 ล้านบาทเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า สอดคล้องกับการใช้แหล่งเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น

โดยสรุป บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดอยู่ที่ 3.7 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนที่มีกำไร 22.3 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นการลดลง ร้อยละ 83.3 ขณะที่กำไรต่อหุ้นลดลงจาก 0.08 บาท เหลือ 0.01 บาท อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงสามารถรักษาผลกำไรไว้ในช่วงที่มีความท้าทายทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการปรับตัวเชิงรุกและบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเตรียมพร้อมรองรับการฟื้นตัวของรายได้ในไตรมาสถัดไป

ภาพรวมฐานะทางการเงินของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 เปรียบเทียบกับฐานะการเงิน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

(หน่วย : ล้านบาท)	31 ธันวาคม 67	31 มีนาคม 68	ผลต่าง	% ผลต่าง
สินทรัพย์รวม	1075.6	1156.9	81.3	7.6%
หนี้สินรวม	427.4	505.9	78.5	18.4%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	648.2	651.0	2.8	0.4%

สินทรัพย์

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมี สินทรัพย์รวม เท่ากับ 1,156.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากวันที่ 31 ธันวาคม 2567 ซึ่งมีจำนวน 1,075.6 ล้านบาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 81.3 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 7.6 โดยมีสาเหตุหลักจาก:

- เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด โดยสิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2568 บริษัทมีเงินสดทั้งสิ้น 368.4 ล้านบาท ล้วน ลดลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2567 ที่มีเงินสด 369.04 ล้านบาท
- สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 32.0 ล้านบาท จาก 152.2 ล้านบาท เป็น 184.2 ล้านบาท เพื่อรองรับคำสั่งซื้อในไตรมาสถัดไป
- เงินให้สินเชื่อจากการซื้อลูกหนี้ปรากฏรายการใหม่เป็นครั้งแรกมียอด 65.9 ล้านบาท เนื่องจากบริษัทขยายธุรกิจสู่ธุรกิจบริหารจัดการหนี้จึงได้ทำการซื้อหนี้ในมูลค่าดังกล่าวจากบริษัทลิสซิ่งแห่งหนึ่ง และนำมาบริหารจัดการโดยเน้นการติดตามหนี้ เจริญปรับโครงสร้างหนี้ทั้งกับลูกหนี้และผู้ค้าเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้และผลตอบแทนทางธุรกิจ

หนี้สิน

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทและบริษัทย่อยมี หนี้สินรวม เท่ากับ 505.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 427.4 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 78.5 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 18.4 โดยมีรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้:

- เงินเบิกเกินบัญชีและเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน เพิ่มขึ้น 60.4 ล้านบาท จาก 287.8 ล้านบาท เป็น 348.2 ล้านบาท
- เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น เพิ่มขึ้น 23.0 ล้านบาท จาก 103.0 ล้านบาท เป็น 126.0 ล้านบาท เป็น เจ้าหนี้การค้าที่ยังไม่ครบกำหนด

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทและบริษัทย่อยมี ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม เท่ากับ 651.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 648.2 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2567 คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 2.8 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 0.4 โดยมีรายละเอียดประกอบดังนี้:

- กำไรสะสมเพิ่มขึ้นเพิ่มขึ้น 3.7 ล้านบาท จาก 143.3 ล้านบาท เป็น 147.1 ล้านบาท เนื่องผลประกอบการของบริษัท มีกำไรอย่างต่อเนื่อง

กระแสเงินสด

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2568 บริษัทและบริษัทย่อยมีกระแสเงินสด รายละเอียดดังนี้

- **กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน** เท่ากับ 39.3 ล้านบาท เทียบกับปีก่อนที่มีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน 88.9 ล้านบาท โดยการเปลี่ยนแปลงหลัก เกิดจากซื้อเงินลงทุนในการให้สินเชื่อจากการซื้อ ลูกหนี้จำนวน 65.9 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ 32.5 ล้านบาท ขณะเดียวกันบริษัทได้รับเงินสดจากการลดลงของลูกหนี้การค้า 29.0 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้า 23.1 ล้านบาท ซึ่งช่วยลดผลกระทบบางส่วน
- **กระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน** เท่ากับ 12.8 ล้านบาท ลดลงจากกระแสเงินสดสุทธิที่ได้มา 0.4 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นผลจากการลงทุนซื้ออาคารและอุปกรณ์ 9.0 ล้านบาท และให้สินเชื่อระยะสั้นแก่กิจการอื่น 5.0 ล้านบาท โดยมีรายรับจากการขายสินทรัพย์จำนวน 0.2 ล้านบาท
- **กระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงิน** เท่ากับ 32.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ใช้เงินสดสุทธิไป 54.7 ล้านบาท โดยหลักมาจากการกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน 55.1 ล้านบาท ขณะที่มีการชำระหนี้ระยะสั้นและระยะยาวรวมกัน 17.9 ล้านบาท

จากกิจกรรมทั้งหมดข้างต้น ส่งผลให้บริษัทมี เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดลดลงสุทธิ 0.6 ล้านบาท จากยอดต้นงวดที่ 369.0 ล้านบาท เหลือ 368.4 ล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส ซึ่งยังอยู่ในระดับที่มั่นคงและเพียงพอสำหรับสนับสนุนการดำเนินงาน และแผนการลงทุนระยะสั้นต่อไป

แนวโน้มและแผนกลยุทธ์ปี 2568

ในช่วงปี 2568 UBIS วางแผนที่จะเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและขยายธุรกิจในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และการสร้างความยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มทางเศรษฐกิจและความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป กลยุทธ์ที่กำหนดไว้มีดังนี้:

แนวโน้ม

1. การเติบโตของตลาดต่างประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลาง ลาตินอเมริกา และยุโรป

ตลาดต่างประเทศเหล่านี้แสดงแนวโน้มการเติบโตในความต้องการสินค้าอุตสาหกรรม โดยเฉพาะสินค้าที่ได้มาตรฐานระดับสากลและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และกระบวนการของ UBIS

2. ความผันผวนของราคาวัตถุดิบและการจัดการต้นทุน

แม้ว่าราคาน้ำมันและวัตถุดิบมีแนวโน้มที่จะทรงตัว แต่ความผันผวนยังคงมีอยู่ในตลาดโลก UBIS จึงต้องมุ่งเน้นการจัดการต้นทุนและหาวัตถุดิบที่มีความเสถียรเพื่อควบคุมต้นทุนการผลิต

3. การเพิ่มความสำคัญของมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในอุตสาหกรรม

มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เช่น BRC และ ISO รวมถึงการลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ กำลังเป็นข้อกำหนดสำคัญในหลายประเทศ UBIS จึงมุ่งสู่การเป็นองค์กรคาร์บอนต่ำและปรับกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาดที่เข้มงวดด้านสิ่งแวดล้อม

4. ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์

ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์และนโยบายทางการค้าของแต่ละประเทศอาจส่งผลให้เกิดข้อจำกัดด้านการส่งออก เช่น มาตรการกำแพงภาษี การควบคุมการนำเข้า หรือมาตรการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ UBIS ในบางภูมิภาค เพื่อลดผลกระทบ UBIS จึงมุ่งขยายตลาดไปยัง เอเชียแปซิฟิก แอฟริกา และอเมริกาใต้ ลดการพึ่งพาดตลาดเดียว พร้อมพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจระดับโลก เพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อได้อย่างยั่งยืน แม้เผชิญข้อจำกัดทางการค้า

กลยุทธ์

1. การรักษาฐานลูกค้าเดิมทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเติบโตไปพร้อมกับลูกค้า

บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิมอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง ตรงต่อเวลา และมีความสม่ำเสมอ เพื่อรักษาความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในระยะยาว นอกจากนี้ บริษัทยังมุ่งมั่นเติบโตไปพร้อมกับลูกค้าเดิม ผ่านการสนับสนุนด้านเทคนิค การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลง และการขยายขีดความสามารถในการผลิตรองรับคำสั่งซื้อที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตในภูมิภาคเอเชียและตะวันออกกลาง

2. การเติบโตจากสินค้าใหม่

บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มและความต้องการของลูกค้าในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ สินค้าใหม่เหล่านี้ไม่เพียงแต่เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน แต่ยังช่วยให้บริษัทสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพสูง โดยการพัฒนาจะคำนึงถึงข้อกำหนดทางกฎหมาย มาตรฐานคุณภาพ และข้อบังคับเฉพาะของแต่ละประเทศ เพื่อให้สามารถวางจำหน่ายได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายในตลาดเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมในระดับสากล

3. การเติบโตจากลูกค้าใหม่

อีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญของบริษัทคือการขยายฐานลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะในตลาดที่ยังไม่มีการเข้าถึงมาก่อน ซึ่งเป็นการต่อยอดจากการพัฒนาสินค้าใหม่ข้างต้น บริษัทมีประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จมาแล้วจากการขยายตลาดไปยังภูมิภาคละตินอเมริกาและตะวันออกกลาง โดยใช้แนวทางการนำเสนอสินค้าที่ตอบโจทย์เฉพาะของแต่ละประเทศ ผสานกับการทำงานร่วมกับพันธมิตรท้องถิ่นหรือผู้แทนจำหน่ายที่มีเครือข่ายแข็งแกร่ง เพื่อสร้างความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคและลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดใหม่ ซึ่งกลยุทธ์นี้ยังสามารถต่อยอดสู่ภูมิภาคอื่นที่มีศักยภาพในอนาคต

4. การแสวงหาโอกาสใหม่ทางธุรกิจ (New Opportunities)

นอกจากการเติบโตจากธุรกิจหลัก บริษัทยังมุ่งเน้นการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่สามารถต่อยอดจากความเชี่ยวชาญเดิมหรือเสริมสร้างรายได้จากแหล่งอื่นเพื่อกระจายความเสี่ยง ตัวอย่างเช่น การลงทุนในธุรกิจบริหารสินทรัพย์ แนวทางนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยลดการพึ่งพารายได้จากธุรกิจหลักเท่านั้นแต่ยังเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัทในระยะยาวโดยเน้นความยั่งยืนและสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง

ด้วยแนวโน้มและกลยุทธ์เหล่านี้ UBIS มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่เติบโตอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในระดับโลก โดยการขยายตลาด พัฒนาประสิทธิภาพ และการร่วมมือกับพันธมิตรที่มีศักยภาพจะช่วยให้บริษัทบรรลุเป้าหมายการเติบโตในระยะยาวและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในตลาดที่มีมาตรฐานสูง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายปิยคุณ กฤตยานุตกุลท์)

ผู้มีอำนาจรายงานสาระสนเทศ