

Euro Creations - บมจ. ยูโร ครีเอชันส์ (EURO)

ชื่อ

ราคาเป้าหมายปี 2567	14.90 บาท
ปริมาณหุ้น (พาร์ 0.50 บาท)	305 ล้านหุ้น

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เป็นผู้จัดการ
การจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้น
สามัญเพิ่มทุนของ EURO ในครั้งนี้ โดยการ
จัดทำเอกสารฉบับนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการ
นำเสนอข้อมูลและบทความการวิเคราะห์
เท่านั้น การตัดสินใจลงทุนขึ้นอยู่กับดุลยพินิจ
ของนักลงทุน

คุณภาพชีวิตที่ดีเริ่มต้นจากสภาพแวดล้อมที่งดงาม

- EURO เป็นตัวแทนนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่ง และอุปกรณ์ไฟตกแต่งจากแบรนด์ชั้นนำระดับ Luxury
- ประเมินการรายได้และกำไรมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง คาดอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้ปี 2565-2568 (CAGR) ร้อยละ 24.1 ต่อปี และกำไรเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 22.2 ต่อปี
- IPO ครั้งนี้จะช่วยให้บริษัทฯ สามารถใช้เป็นเงินทุนในการเพิ่มโชว์รูมใหม่ 3 แห่ง เพิ่มแบรนด์สินค้าใหม่ ใช้ชำระหนี้สินเงินกู้แก่สถาบันการเงิน และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
- ประเมิน Fair value สิ้นปี 2567 ที่ 14.90 บาท อ้างอิงวิธี P/E 24.0 เท่า ซึ่งเป็นระดับ Forward PE (+0.5SD) เฉลี่ยของบริษัทจดทะเบียนที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกัน

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ เป็นตัวแทนนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่ง และอุปกรณ์ไฟตกแต่งจากแบรนด์ชั้นนำระดับลักซูรี โดยเป็นตัวแทนนำเข้าและจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการ แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย จำนวน 16 แบรนด์ อาทิ Technogym, Natuzzi Italia, Calligaris, Cassina, Christopher Guy, และ Frette เป็นต้น และเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั่วไปจำนวน 13 แบรนด์

ความน่าสนใจในการลงทุน EURO

การเติบโตของ EURO มาจากการเพิ่มฐานลูกค้าและแบรนด์สินค้าใหม่ จากการเปิดโชว์รูม อีก 3 แห่ง เพื่อรองรับการโชว์สินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้ากว้างขึ้น โดยกลุ่มลูกค้าของ EURO มีความผันผวนต่ำ เนื่องจากกลุ่มลูกค้า B2C เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และมีความ Sensitive ต่อความผันผวนทางเศรษฐกิจต่ำ ในขณะที่กลุ่มลูกค้า B2B มีการเรียกเก็บเงินมัดจำส่วนหนึ่ง และส่วนที่เหลือจะให้ลูกค้าชำระตามเทอมการชำระที่ตกลงกัน ภายหลังจากบริษัทฯ ได้จัดส่งสินค้าให้ลูกค้าแล้ว และเนื่องจากสินค้าเป็นกลุ่ม Luxury จึงมี Margin สูง และระบบการส่งสินค้าส่วนใหญ่ เป็นระบบ Pre-order ส่งผลให้ EURO มีความเสี่ยงต่อ Unsold Inventory ต่ำ

แนวโน้มผลการดำเนินงานการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

คาดบริษัทมีความสามารถในการทำกำไรดีขึ้น โดยประมาณการกำไรสุทธิปี 2566-2568 จำนวน 160 ล้านบาท 188 ล้านบาท และ 239 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นการเติบโตในอัตราเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 22.2 ต่อปี คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายร้อยละ 13.3 ร้อยละ 12.0 และร้อยละ 12.9 ตามลำดับ ปัจจัยหนุนจากการเปิด Show Room ใหม่และการเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่

สรุปข้อมูล IPO

บริษัทจะมีทุนจดทะเบียน 152.5 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท ภายหลังจากเสนอขายในครั้งนี้ โดยหุ้นสามัญที่เสนอขายในครั้งนี้มีจำนวน 78 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท เสนอขายต่อประชาชน คิดเป็นร้อยละ 25.57 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมด ซึ่งประกอบไปด้วย (1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายโดยบริษัทฯ จำนวน 55 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 18.03 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเสนอขายภายหลังจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้ และ (2) หุ้นสามัญเดิมที่เสนอขายโดย European Design Holdings Limited ("EDH") จำนวน 23 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 7.54 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเสนอขายภายหลังจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้

ประเมินมูลค่าเป้าหมายปี 2567 ที่ 14.90 บาท

ประเมินมูลค่าเป้าหมายปี 2567 ที่ 14.90 บาท โดยการเติบโตของรายได้และกำไรจากการเพิ่มโชว์รูมใหม่ 3 แห่ง ส่งผลให้มีพื้นที่ในการแสดงสินค้ารวม 12,884 ตร.ม จาก 5,875 ตร.ม. ในปัจจุบัน โดยสินค้าที่จำหน่ายจะมีความหลากหลายมากขึ้น ครอบคลุมกลุ่มลูกค้ากว้างขึ้น

ความเสี่ยง ความผันผวนของตลาดอสังหาริมทรัพย์ ความผันผวนของค่าเงิน

Financial Highlights

Year-End:	2021A	2022F	2023F	2024F	2025F
Sales and Services (Bt mn)	829	1,048	1,203	1,564	1,852
EBITDA (Bt mn)	197	238	274	344	432
Net Profit bf NCI (Bt mn)	122	136	160	188	239
EPS (Bt)	0.40	0.45	0.52	0.62	0.78
EV/EBITDA (x)	N/A	N/A	9.61	7.71	5.98
PER(x)	N/A	N/A	25.56	21.70	17.08
P/BV (x)	N/A	N/A	3.70	3.30	2.91
DPS(Bt)	-	0.48	0.15	0.19	0.24
Div Yield (%)	N/A	N/A	1%	1%	2%
ROE (%)	78%	58%	22%	15%	17%

Source: Company, Trinity Research

จำนวนหุ้นที่ใช้คำนวณ EPS, DPS เท่ากับ 305 ล้านหุ้น



วุดน มหาดำรงกุล
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์ 081151
E-mail: v-rin@trinitythai.com

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทฯ ประกอบธุรกิจหลักเป็นตัวแทนนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่ง และอุปกรณ์ฟิตเนส จากแบรนด์ชั้นนำระดับโลก โดยเป็นตัวแทนนำเข้าและจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย จำนวน 16 แบรนด์ อาทิ Technogym, Natuzzi Italia, Calligaris, Cassina, Christopher Guy, และ Frette เป็นต้น และเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าทั่วไป จำนวน 13 แบรนด์ โดยแต่ละแบรนด์ล้วนมีการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่ยอมรับของลูกค้าทั่วโลก ด้วยความเชื่อมั่นว่า “คุณภาพชีวิตที่ดีเริ่มต้นจากสภาพแวดล้อมที่งดงาม” (Life is better in a beautiful space) นอกจากนี้ บริษัทฯ มีสินค้าครอบคลุมทุกพื้นที่ของการใช้ชีวิต อาทิ ผลิตภัณฑ์สำหรับห้องน้ำ (Bathroom) วัสดุปูพื้น (Flooring) ผลิตภัณฑ์โคมไฟและอุปกรณ์ควบคุมอัจฉริยะ (Lighting & Automation) อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายและเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับฟิตเนส (Wellness Equipment) และผลิตภัณฑ์เพื่อการประดับตกแต่ง เป็นต้น โดยส่วนใหญ่เป็นแบรนด์จากทวีปยุโรป เน้นผลิตภัณฑ์จากประเทศอิตาลี (Italian Design) เป็นหลัก ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการออกแบบของแบรนด์ชั้นนำในอุตสาหกรรมตกแต่งบ้านมากมายในทวีปยุโรป

ปัจจุบัน บริษัทฯ มีโชว์รูม Flagship ได้แก่ Euro Creations Flagship Gallery at Thonglor ตั้งอยู่บนถนนทองหล่อ (สุขุมวิท 55) กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะแบบ Stand Alone มีพื้นที่ขายประมาณ 3,759 ตารางเมตร และ Technogym Flagship Showroom at Ekamai ตั้งอยู่บนถนนเอกมัย (สุขุมวิท 63) กรุงเทพมหานคร แบบ Stand Alone มีพื้นที่ขายประมาณ 598 ตารางเมตร รวมสินค้าไว้ในสถานที่เดียวกันแบบครบวงจร แสดงอัตลักษณ์แต่ละแบรนด์ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว

ด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในธุรกิจมานานกว่า 25 ปี บริษัทฯ มีการให้บริการที่เกี่ยวข้อง เพื่อขยายและสร้างฐานลูกค้า เช่น บริการออกแบบและจัดตำแหน่งสินค้าให้เหมาะสมกับการใช้งานและพื้นที่ใช้สอยของลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า เช่น เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ห้องน้ำ ห้องครัว ตู้เสื้อผ้า ห้องฟิตเนส ระบบเพื่อควบคุมแสงสว่าง ฝ้าผ้าม่าน แอร์ และเครื่องเสียง โดยเป็นการออกแบบเพื่อจัดวาง และ/หรือติดตั้งระบบและผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายให้สัมพันธ์กัน และบริการจัดส่งสินค้าพร้อมติดตั้ง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีในส่วนของบริการหลังการขาย เช่น บริการซ่อมบำรุงรักษาสภาพสินค้า และบริการซอฟต์แวร์เครื่องออกกำลังกาย โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และความชำนาญ จึงทำให้บริษัทฯ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทุกขั้นตอนของการตกแต่ง ทั้งบ้าน โรงแรม อาคารสำนักงาน และสปอร์ตคลับ


ปัจจุบัน บริษัทฯ มีโชว์รูมที่เปิดดำเนินการแล้วทั้งสิ้น 5 แห่ง มีพื้นที่ขายรวม 5,875 ตร.ม. ดังนี้

Exhibit 1 : โชว์รูม 5 แห่ง ที่เปิดดำเนินการแล้ว

โครงการ	รายละเอียดโครงการ
<p data-bbox="228 352 560 426">Euro Creations Flagship Gallery at Thonglor</p> 	<p data-bbox="592 352 1416 621">ปีที่เริ่มดำเนินการ : ปี 2548 ที่อยู่ : โชว์รูมทองหล่อ เลขที่ 119 ซอยสุขุมวิท 55 (ทองหล่อ) ถนนทองหล่อแขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ขนาดพื้นที่ขาย : 3,759 ตร.ม. การจัดแสดงสินค้า : ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ทุกประเภท ยกเว้นผลิตภัณฑ์เครื่องออกกำลังกายของแบรนด์ Technogym</p>
<p data-bbox="240 861 552 888">Natuzzi Italia at Siam Paragon</p> 	<p data-bbox="592 861 1416 1129">ปีที่เริ่มดำเนินการ : ปี 2548 ที่อยู่ : โชว์รูมสยามพารากอน เลขที่ 991 อาคารศูนย์การค้าสยามพารากอน ถนนพระรามที่ 1 แขวง/เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร ขนาดพื้นที่ขาย : 177 ตร.ม. การจัดแสดงสินค้า : ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ Natuzzi Italia</p>
<p data-bbox="228 1213 560 1287">Euro Creations Gallery at Crystal Design Center</p> 	<p data-bbox="592 1207 1416 1528">ปีที่เริ่มดำเนินการ : ปี 2558 ที่อยู่ : โชว์รูม CDC เลขที่ 1412 โครงการคริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ ซอยลาดพร้าว 87 (จันทราสุข) ถนนประดิษฐ์มนูธรรม แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ขนาดพื้นที่ขาย : 1,102 ตร.ม. การจัดแสดงสินค้า : ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ Calligaris, Cassina, Christopher Guy, Malerba และ Natuzzi Italia</p>
<p data-bbox="228 1554 560 1627">Technogym Flagship Showroom at Ekamai</p> 	<p data-bbox="592 1554 1416 1822">ปีที่เริ่มดำเนินการ : ปี 2563 ที่อยู่ : โชว์รูมเอกมัย เลขที่ 379, 381, 383, 385 ซอยสุขุมวิท 63 (เอกมัย) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร ขนาดพื้นที่ขาย : 598 ตร.ม. การจัดแสดงสินค้า : ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์เครื่องออกกำลังกายของแบรนด์ Technogym</p>

บริษัทหลักทรัพย์ ทรัสต์ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลใดๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรัสต์ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการแนะนำหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

<p>Technogym Showroom at Central Embassy</p> 	<p>ปีที่เริ่มดำเนินการ : ปี 2565</p> <p>ที่อยู่ : โชว์รูมเซ็นทรัล เอ็มบาสซี</p> <p>เลขที่ 1031 ศูนย์การค้า เซ็นทรัลเอ็มบาสซี ชั้น 4 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร</p> <p>ขนาดพื้นที่ขาย : 239 ตร.ม.</p> <p>การจัดแสดงสินค้า : ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์เครื่องออกกำลังกายของแบรนด์ Technogym</p>
--	---

Source: Company Data

บริษัทฯ เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่ง และอุปกรณ์ฟิตเนส ครอบคลุมทั้งเฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน เฟอร์นิเจอร์ชุดครัว เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์นอกรอาคาร ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าแสงสว่าง สินค้าและวัสดุเพื่อการตกแต่ง ของใช้ เครื่องนอน เครื่องออกกำลังกาย และสินค้าหรืออุปกรณ์เทคโนโลยี โดยบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรงกับเจ้าของสินค้าจากแบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศกว่า 25 แบรนด์สินค้า โดยบริษัทฯ จัดกลุ่มประเภทสินค้าเป็น 3 เส้นทาง (Stage) ตามการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า เพื่อเติมเต็มความสมบูรณ์ของบ้าน โรงแรม อาคารสำนักงาน และสปอร์ตคลับ ดังนี้

Stage 1

กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรมงานภายใน คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสรรหา ในในช่วงของการก่อสร้าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับห้องน้ำ วัสดุปูพื้น ผลิตภัณฑ์โคมไฟและอุปกรณ์ควบคุมอัจฉริยะ และเฟอร์นิเจอร์แบบบิวท์อิน เช่น ชุดครัวและตู้เสื้อผ้า เป็นต้น

Stage 2

กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานในพื้นที่ต่างๆ ภายในบ้านและอาคาร ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว และเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เป็นต้น

Stage 3

กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการประดับตกแต่งและอุปกรณ์ฟิตเนส คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสรรหาเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มทางเลือกในการใช้งาน หรือตกแต่งบ้านหรืออาคารเพื่อเติมเต็มองค์ประกอบของพื้นที่ใช้สอยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกายและเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับฟิตเนส เฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง พรม เครื่องนอน และของประดับตกแต่ง เป็นต้น

Exhibit 2 : แบรินด์สินค้าตามประเภท

	ประเภทสินค้า	แบรนด์
stage 1	เฟอร์นิเจอร์บิวต์อิน (Build-in Furniture)	Molteni & C Dada
	ผลิตภัณฑ์สำหรับห้องน้ำ (Bathroom)	GESSI®
	วัสดุปูพื้น (Flooring)	
	ผลิตภัณฑ์โคมไฟและอุปกรณ์ ควบคุมอัจฉริยะ	basalte DELTALIGHT® L&L LUTRON® <small>Luce & Light</small>

stage 2	เฟอร์นิเจอร์ลอยตัว (Loose Furniture)	Cassina calligaris CG <small>CHRISTOPHER GUY</small> FLOS FOSCARINI Gallotti & Radice GIORGETTI LASVIT MALERBA <small>COLLECTION</small> <small>SINCE 1946</small> Molteni & C NATUZZI <small>ITALIA</small> NEMO  PRECIOSA ROLF <small>1912</small> BENZ
	เฟอร์นิเจอร์ออฟฟิศ (Office Furniture)	HAWORTH

บริษัทหลักทรัพย์ ตรีบีดี จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ตรีบีดี จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชี้นำหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

stage 3	อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย และ เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับฟิตเนส (Wellness Equipment)	 
	เฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง (Outdoor Furniture)	 
	พรมและของประดับตกแต่ง (Rug and Accessories)	 

Source: Company Data

บริษัทฯ เป็นตัวแทนในการนำเข้าและจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว จำนวน 16 แบรนด์ สำหรับผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่ง และอุปกรณ์ฟิตเนสจากแบรนด์ชั้นนำระดับโลกจากต่างประเทศ พร้อมทั้งยังมีความสัมพันธ์อันดีทั้งระดับองค์กร รวมถึงการที่บริษัทฯ มีองค์ความรู้ในการบริหารจัดการแบรนด์ การวางตำแหน่งแบรนด์ (Brand Positioning) ประกอบกับมีบริการอันเกี่ยวเนื่องอื่นๆ เช่น การออกแบบและจัดตำแหน่งสินค้าให้เหมาะสมกับการใช้งานและพื้นที่ใช้สอยของลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า การบริการหลังการขาย การบริการซ่อมบำรุงรักษาสภาพสินค้า และจุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งของแต่ละโชว์รูม ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในสถานะการเป็นตัวแทนนำเข้าและจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทย

แบรนด์สินค้าที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนนำเข้าและจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทยนั้นได้รับการยอมรับจากบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชั้นนำ โดยได้รับเลือกให้ตกแต่งโครงการระดับลักซูรี่ อาทิ

- Technogym ได้รับเลือกให้ใช้ในส่วนของพื้นที่ออกกำลังกาย Four Seasons Hotel Bangkok at Chao Phraya River และ Amanpuri (Phuket)
- GESSI ได้รับเลือกให้ใช้ในโครงการ Mulberry Grove The Forestias (Villa and Condo) และ Intercontinental Residence Huahin
- Molteni&C / Dada ได้รับเลือกให้ใช้ในโครงการ Mulberry Grove The Forestias Villa และ Sixsense Residences The Forestias
- Molteni&C (Loose Furniture) ได้รับเลือกให้ใช้ในโครงการ Mulberry Grove The Forestias Villa, Dusit Residences และ The Forestias Signature Series Condo
- Cassina ได้รับเลือกให้ใช้ในโครงการ Bugaan Sansiri และ Dusit Residences
- Giorgetti ได้รับเลือกให้ใช้ในโครงการ Mulberry Grove The Forestias Villa และ Dusit Residences
- Lutron ได้รับเลือกให้ใช้ใน Six Senses The Forestias, Aman Hotels and Resorts และ Park Hyatt Bangkok

นอกจากการขายสินค้าแล้ว บริษัทฯยังมีบริการจัดส่งสินค้าพร้อมติดตั้ง บริการซ่อมบำรุงรักษาสภาพสินค้า บริการซอฟต์แวร์เครื่องออกกำลัง และบริการออกแบบและจัดตำแหน่งสินค้าให้เหมาะสมกับการใช้งานและพื้นที่ใช้สอยของลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า เช่น เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ห้องน้ำ ห้องครัว ตู้เสื้อผ้า ห้องฟิตเนส ระบบเพื่อควบคุมแสงสว่าง ฝ้ามา่น แอร์ และเครื่องเสียง โดยเป็นการออกแบบเพื่อจัดวางและ/หรือติดตั้งระบบและผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายให้สัมพันธ์กัน และบริษัทฯ มีการลงทุนและพัฒนาในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นการสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนและความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มประสิทธิภาพและการควบคุมภายในที่ดี บริษัทฯ จึงมีการลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้

(1) การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Infrastructure) : บริษัทฯ ได้ทำการจัดเก็บฐานข้อมูลมาอยู่บน Cloud database นอกจากนี้ยังมีลงทุนในอุปกรณ์สารสนเทศอื่นๆ ส่งผลให้ระบบมีประสิทธิภาพและเสถียรภาพ มีความปลอดภัย สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา และมีความยืดหยุ่นในการเพิ่มหรือลดขนาดการจัดเก็บข้อมูลได้ตามความต้องการ

(2) การนำระบบ SAP B1 มาใช้และเชื่อมต่อกับระบบ Salesforce : บริษัทฯ ใช้ระบบ SAP B1 ซึ่งเป็นระบบ ERP ที่ช่วยในการจัดการเชื่อมโยงการทำงานของหน่วยงานต่างๆ และทำการเชื่อมต่อเข้ากับระบบ Salesforce ที่ช่วยในการบริหารทีมงานขายและเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอการขาย รวมถึงช่วยให้บริษัทฯ เข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง การเชื่อมโยงอย่างไร้รอยต่อทำให้ทีมขายสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการขายและสินค้าคงคลังแบบ Real time สามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานและการให้บริการเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสูงสุด

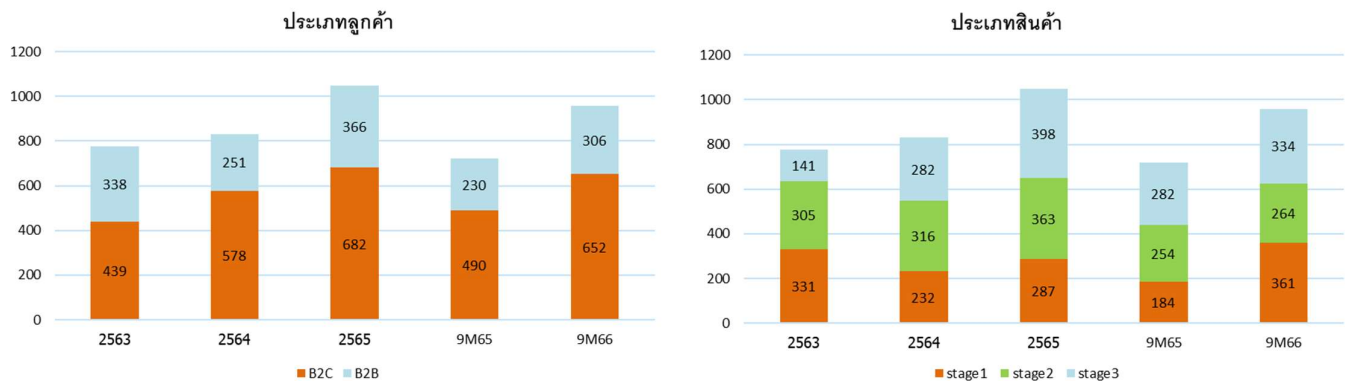
(3) การนำระบบงบประมาณ (Budget) มาใช้และเชื่อมต่อกับระบบ SAP B1 : บริษัทฯ ได้ทำการเชื่อมต่อกับระบบ SAP B1 เข้ากับระบบ Budget ที่สามารถควบคุมการใช้งบประมาณได้แบบ Real time

(4) การลงทุนในแพลตฟอร์มบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล (PeopleStong) : เพื่อเพิ่มความเร็วและคล่องตัวในการวางแผนและบริหารจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลแบบครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของโปรแกรมการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อให้สอดคล้องกับการเติบโตอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ

Exhibit 3: โครงสร้างรายได้ปี 2563-2565 9M65 และ 9M66

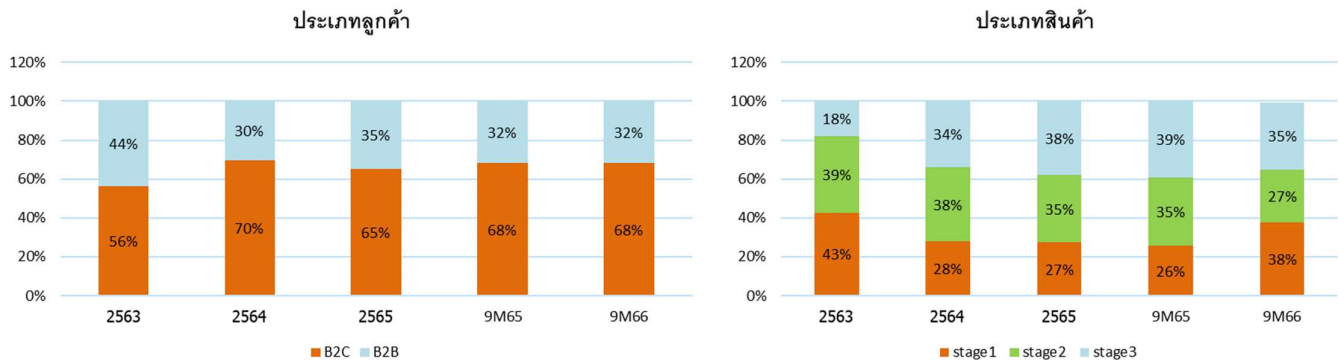
รายได้จำแนกตามกลุ่มลูกค้า	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						สำหรับงวด 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน			
	2563		2564		2565		2565		2566	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายและการบริการ	777	99	829	99	1048	98	720	97	958	99
· กลุ่มลูกค้าทั่วไป (B2C)	438	56	578	69	682	64	490	66	652	67
1. ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรมภายใน	53	7	81	10	122	11	67	9	224	23
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานในพื้นที่ต่างๆ ภายในบ้านและอาคาร	298	38	279	33	305	29	240	32	211	22
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการประดับตกแต่งและอุปกรณ์ฟิตเนส	87	11	218	26	255	24	183	25	217	22
· กลุ่มลูกค้าธุรกิจ (B2B)	338	43	251	30	366	34	230	31	306	32
1. ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรมภายใน	278	36	151	18	165	15	117	16	137	14
2. กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานในพื้นที่ต่างๆ ภายในบ้านและอาคาร	6	1	36	4	57	5	14	2	53	5
3. กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการประดับตกแต่งและอุปกรณ์ฟิตเนส	53	7	64	8	144	13	99	13	117	12
รายได้อื่น	6	1	9	1	21	2	20	3	9	1
รายได้รวม	783	100	839	100	1068	100	740	100	967	100

Source: Company Data

Exhibit 4 : โครงสร้างรายได้ (ล้านบาท)


Source: Company Data, Trinity Research

Exhibit 5 : โครงสร้างรายได้ (%)



Source: Company Data, Trinity Research

ช่องทางการจำหน่ายและลูกค้าเป้าหมาย

ช่องทางการจำหน่าย

บริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

- 1.จำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าโดยตรง โดยจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้กับลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมที่โชว์รูม โดยทีมขายของบริษัทฯ หรือผ่านการแนะนำจากสถาปนิก หรือผู้ออกแบบของลูกค้า
- 2.จำหน่ายสินค้างานโครงการ โดยบริษัทฯ ติดต่อโดยตรงกับผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานโครงการ โดยทีมขายของบริษัทฯ เพื่อนำเสนอสินค้า และยื่นเสนอราคาผ่านระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างของลูกค้า

นโยบายการกำหนดราคาสินค้า

บริษัทฯ กำหนดราคาสินค้าโดยอ้างอิงราคาขายสินค้าที่ขายในทั่วโลก (Global Price) ของแต่ละบริษัทเจ้าของแบรนด์สินค้า รวมถึงการพิจารณาค่าใช้จ่ายภาษีนำเข้า อัตราแลกเปลี่ยน ค่าขนส่ง และค่าดำเนินการต่างๆ และอัตราค่าบริการจะพิจารณาถึงต้นทุนค่าบริการและค่าดำเนินการต่างๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะงานให้บริการที่แตกต่างกัน โดยบริษัทฯ จะเรียกเก็บค่าบริการเมื่อให้บริการแก่ลูกค้าตามที่ได้กำหนดหรือตกลงกัน เช่น บริการจัดส่งสินค้าพร้อมติดตั้ง บริการซ่อมบำรุงรักษาสภาพสินค้า และบริการอัปเดตซอฟต์แวร์เครื่องออกกำลัง

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทฯ ำแนกประเภทของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

- 1) กลุ่มลูกค้าทั่วไป (Business to Customer: B2C) : กลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อประโยชน์ใช้สอย ซึ่งให้ความสำคัญด้านการออกแบบ (Design) ที่สวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ เช่น กลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง และให้ความสำคัญกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่มีรสนิยม
- 2) กลุ่มลูกค้าธุรกิจ (Business to Business: B2B) : กลุ่มลูกค้าที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานโครงการ เช่น บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม สำนักงาน โรงแรม โรงพยาบาลหรือหน่วยงานด้านสุขภาพ และฟิตเนส เป็นต้น

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาพรวมอุตสาหกรรมบริการระดับโลกกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน อุตสาหกรรมโรงแรมระดับโลกกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วตามการฟื้นตัวของธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลกซึ่งให้ความสำคัญกับการตีตลาดประสบการณ์ในการพักผ่อน ส่งผลให้จำนวนโรงแรมระดับโลกที่เพิ่มมากขึ้น ความต้องการของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปยังส่งผลต่อโอกาสในการลงทุนอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ที่พักอาศัยระดับลักซัวรี เรือยอร์ช หรือสโมสรส่วนตัวสำหรับสมาชิกก็ตาม การเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพส่งผลให้เกิดอุปสงค์ต่อตลาดโรงแรมหรือที่พักอาศัยระดับลักซัวรี โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มหลักที่ใช้จ่ายในบริการการท่องเที่ยวหรือที่พักอาศัยระดับลักซัวรี ประกอบกับจำนวนผู้ลงทุนรายใหญ่หรือผู้มั่งคั่งทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงคาดการณ์ว่าอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือที่พักอาศัยระดับลักซัวรีจะเติบโตขึ้นเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์ในตลาดที่เพิ่มมากขึ้น (อ้างอิงจาก Global Research Hotels & Hospitality, JLL May 2023)

ภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเทศไทย

ตลาดอสังหาริมทรัพย์ปี 2565 ขยายตัวจากปี 2564 จากการหดตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2561 ตามการคลี่คลายลงของสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 โดยจะเห็นได้จากตัวเลขที่อยู่อาศัยทุกประเภทจดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เดือนมกราคม ถึง ธันวาคม 2565 อยู่ที่ 85,353 หน่วย (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) ซึ่งแบ่งเป็น บ้านเดี่ยว 29,696 หน่วย (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.5 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) บ้านแฝด 3,614 หน่วย (เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) ทาวน์เฮ้าส์ 12,028 หน่วย (ลดลงร้อยละ 6.6 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) อาคารพาณิชย์ 2,611 หน่วย (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) และคอนโดมิเนียม 37,404 หน่วย (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.8 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) ถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยต่างๆ มากกระทบไม่ว่าจะเป็น การปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ย หรือความไม่แน่นอนทางการเมือง จะมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคก็ตาม

Exhibit 6 : ตัวเลขบ้านจดทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี 2562-2565

(หน่วย)	2561	2562	2563	2564	2565	เปลี่ยนแปลง (%)
บ้านเดี่ยว	33,070	31,581	29,974	28,423	29,696	4.5
บ้านแฝด	2,208	3,154	2,619	3,247	3,614	11.3
ทาวน์เฮ้าส์	18,241	20,238	15,337	12,880	12,028	-6.6
อาคารพาณิชย์	4,195	3,004	3,193	2,539	2,611	2.8
คอนโดมิเนียม	75,400	60,707	60,917	33,748	37,404	10.8
ที่อยู่อาศัยทุกประเภท	133,114	118,684	112,040	80,837	85,353	5.6

Source: Company Data

ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย

ดัชนีราคาที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2561 – 2565 ทั้งดัชนีราคาบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน และดัชนีราคาอาคารชุด โดยสำหรับดัชนีราคาบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 136.9 เป็น 152.9 ระหว่างปี 2561 ถึง 2565 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 2.8 ในส่วนของดัชนีราคาอาคารชุดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเพิ่มขึ้นจาก 163.3 เป็น 184.5 ระหว่างปี 2561 ถึง 2565 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.1 โดยดัชนีลดลงในปี 2562 ซึ่งเป็นปีที่เกิดการระบาดของโรคโควิด-19

จากการพิจารณาดัชนีราคาที่อยู่อาศัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าโดยภาพรวมภาคอสังหาริมทรัพย์มีการเติบโตของราคาที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ เนื่องจากบริษัทฯ ประกอบธุรกิจนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ วัสดุและอุปกรณ์ตกแต่ง สินค้าและอุปกรณ์เทคโนโลยีสำหรับที่อยู่อาศัยและสำนักงาน รวมถึงมีกลุ่มลูกค้าเป็นผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ หรือเจ้าของบ้านพักที่อยู่อาศัยทั้งบ้านเดี่ยวและอาคารชุด

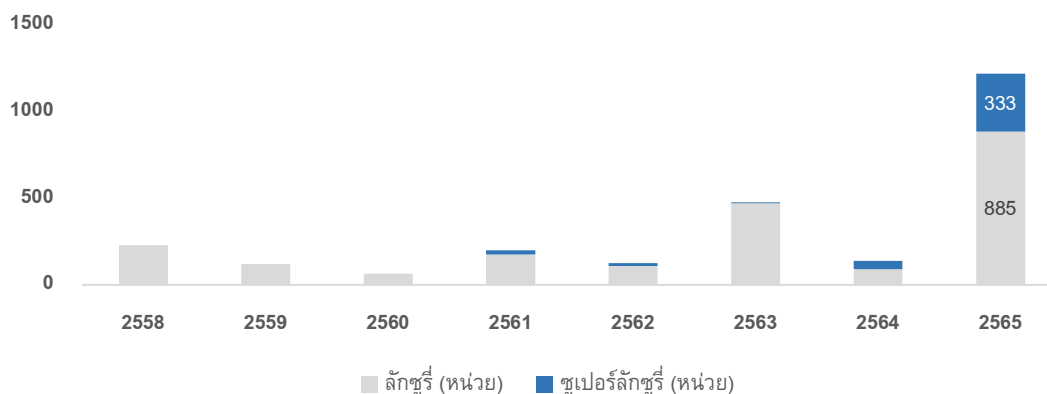
Exhibit 7 : ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย ปี 2561 ถึง 2565

ดัชนีราคาที่อยู่อาศัย	2561	2562	2563	2564	2565	CAGR (%)
ดัชนีราคาบ้านเดี่ยวพร้อมที่ดิน						
ทั่วประเทศ	136.9	138.2	144.5	146.4	152.9	2.8
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	124.4	128.0	133.2	135.9	141.6	3.3
ภูมิภาคไม่รวมกรุงเทพฯ และปริมณฑล	151.5	150.4	156.8	158.8	166.0	2.3
ดัชนีราคาอาคารชุด						
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	163.3	162.8	170.1	180.4	184.5	3.1

Source: Company Data

ทั้งนี้ Real Estate Market Outlook, CBRE research 2566 รายงานตัวเลขการเปิดตัวของบ้านระดับลักซูรี่และซูเปอร์ลักซูรี่ตามการจัดประเภทของ CBRE Research ในปี 2565 มีจำนวน 1,218 หน่วย ซึ่งตัวเลขเปิดตัวในปี 2565 สูงกว่าในช่วง 7 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2558 – 2564 บ่งบอกถึงอุปทานของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์สำหรับบ้านระดับลักซูรี่และซูเปอร์ลักซูรี่ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนการประกอบธุรกิจของบริษัทฯ

Exhibit 8 : การเปิดตัวบ้านระดับลักซูรี่และซูเปอร์ลักซูรี่ตามการจัดประเภทของ CBRE Research ในปี 2558 - 2565



Source: Company Data

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

ภาวะอุตสาหกรรมภาคการท่องเที่ยว

ภาวะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวปี 2565 ยังคงขยายตัว โดยจะเห็นได้จากตัวเลขผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งหมด (รวมคนไทยและชาวต่างชาติ) ในปี 2565 อยู่ที่ 224,841,768 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 207.9 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) โดยมีรายได้จากผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งหมดทั่วประเทศในปี 2565 อยู่ที่ 1,084,575.3 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 349.4 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน) การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลต่อผู้ประกอบการ รีสอร์ท และโรงแรม เริ่มฟื้นตัวและการปรับปรุงโครงการของตนเอง ส่งผลให้อุปสงค์ต่อสินค้าของบริษัทฯ เพิ่มสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ หรืออุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย

Exhibit 9 : จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนประเทศไทย ปี 2562 ถึง 2565

จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งหมด	2562	2563	2564	2565	เปลี่ยนแปลง (%)
กรุงเทพมหานคร	66,966,562	23,617,914	12,571,842	38,626,450	207.3
ทั่วประเทศ	307,141,990	137,030,112	73,036,570	224,841,768	207.9

หมายเหตุ: ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 23 มกราคม 2566

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

Source: Company Data

Exhibit 10 : รายได้จากผู้เยี่ยมชมเยือนประเทศไทย ปี 2562 ถึง 2565

รายได้จากผู้เยี่ยมชมเยือน (ล้านบาท)	2562	2563	2564	2565	เปลี่ยนแปลง (%)
กรุงเทพมหานคร	1,067,813.8	254,740.2	62,699.9	340,970.1	443.8
ทั่วประเทศ	2,727,903.8	792,534.2	241,350.2	1,084,575.3	349.4

หมายเหตุ: ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 23 มกราคม 2566

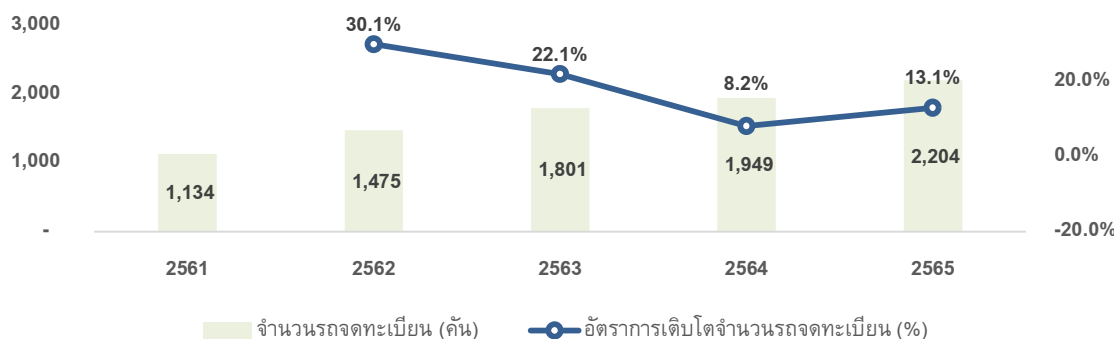
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

Source: Company Data

พฤติกรรมกรรมการบริหารระดับสูง

สำหรับพฤติกรรมกรรมการบริหารระดับสูงที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ตั้งแต่ปี 2561 - 2565 เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.07 โดยใช้สถิติจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนใหม่ป้ายแดงที่จดทะเบียนรายปีเป็นข้อมูลอ้างอิง

Exhibit 11 : จำนวนรถยนต์หรูระดับลักซูนั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนใหม่ป้ายแดงที่จดทะเบียนรายปี ในปี 2561 - 2565



ที่มา: กรมการขนส่งทางบก (DLT)

Source: Company Data

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

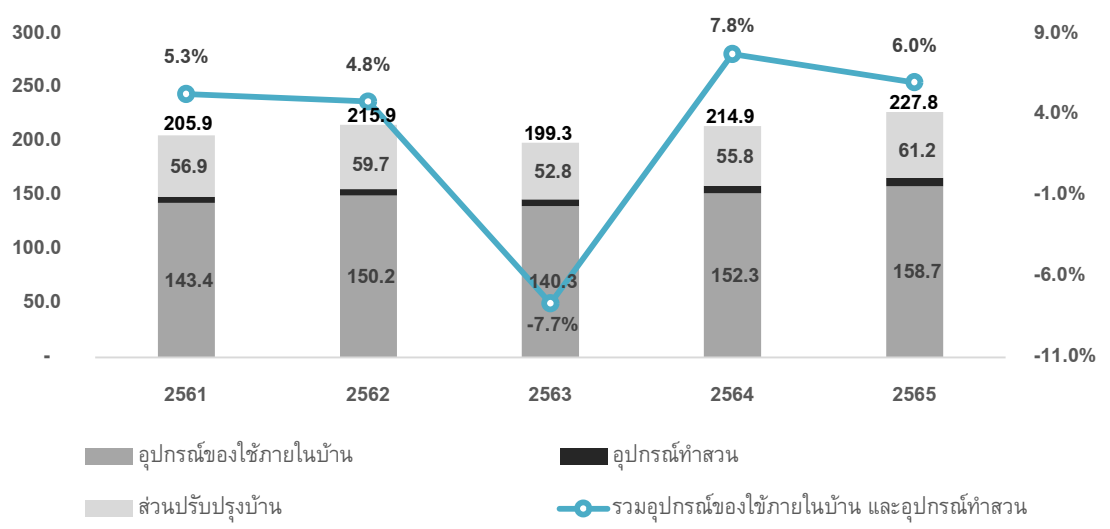
ภาวะอุตสาหกรรมสินค้าตกแต่งภายในบ้านและสวน (Home and Garden)

ภาพรวมสินค้าตกแต่งภายในบ้านและสวนในประเทศไทยในปี 2565 ผลิตภัณฑ์ประเภทโคมไฟหรืออุปกรณ์ที่ใช้หลอดไฟแอลอีดี (LED lamps) มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากราคาพลังงานและราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วงต้นปี 2565 ที่ผ่านมา ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าโดยการหันมาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ประหยัดพลังงานมากขึ้น

การผสมผสานของอินเทอร์เน็ตของทุกสิ่ง (Internet of things: IoT) ได้รับความนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เนื่องจากแนวโน้มของการใช้เทคนิคแสงที่แตกต่างกัน (Layered Lighting) ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายภายในที่พักอาศัย โดยผลิตภัณฑ์ เช่น โคมไฟระย้า โคมไฟตั้งโต๊ะ หรือโคมไฟตั้งพื้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในช่วงปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลยอดขายสินค้าตกแต่งภายในบ้านและสวนของประเทศไทยในปี 2565 เติบโตขึ้นเปรียบเทียบกับปี 2564 ยอดขายสินค้าของตกแต่งภายในบ้านและสวนในประเทศไทยในปี 2565 มียอดขาย 227.8 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าประมาณร้อยละ 6.0 จากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาขายสินค้า สำหรับยอดขายโคมไฟหรืออุปกรณ์ที่ใช้หลอดไฟแอลอีดี เฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง และเฟอร์นิเจอร์ในอาคารในปี 2565 เติบโตขึ้นร้อยละ 9.2 ร้อยละ 10.3 และร้อยละ 3.1 ตามลำดับ จากปีก่อนหน้า

Exhibit 12 : ยอดขายอุปกรณ์ของใช้ภายในบ้านและอุปกรณ์ทำสวนของประเทศไทย ปี 2561 ถึง 2565 (พันล้านบาท)



ที่มา Euromonitor
Source: Company Data

สำหรับช่องทาง การจัดจำหน่าย การค้าปลีกจากหน้าร้าน (Retail Offline) ยังคงเป็นช่องทาง การจัดจำหน่ายหลักสำหรับสินค้าตกแต่งภายในบ้านและสวนของประเทศไทย โดยระหว่างปี 2561 – 2565 มีสัดส่วนการจัดจำหน่ายผ่านการค้าปลีกจากหน้าร้านประมาณร้อยละ 93 – 95 จากการจำหน่ายทั้งหมด ทั้งนี้ช่องทางดังกล่าวยังคงได้รับความนิยมต่อไปในอนาคต เนื่องจากผู้บริโภคยังคงมีความต้องการในการเข้ามาเห็น สัมผัส และได้รับประสบการณ์จริง จากผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยเฉพาะสินค้าที่มีมูลค่าสูงอย่างเฟอร์นิเจอร์ในอาคาร โดยยอดขายของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้คาดว่าจะสูงขึ้นจากความมั่นใจของผู้บริโภคที่สูงขึ้น จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย รวมไปถึงการฟื้นตัวของธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จะเข้ามาช่วยกระตุ้นอุปสงค์ในผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

บริษัทหลักทรัพย์ ตรีดีดี จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

ภาวะการแข่งขัน

การแข่งขันในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านภายในประเทศไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการค้าปลีกจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านมีการขยายตัวสอดคล้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรม ดังนั้น อุตสาหกรรมค้าปลีกเฟอร์นิเจอร์และสินค้าที่เกี่ยวข้องจึงมีผู้ประกอบการหลายรายทั้งผู้ประกอบการรายเดิมและการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่

อย่างไรก็ดี บริษัทฯ ประกอบธุรกิจเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ผลิตภัณฑ์สำหรับการตกแต่ง และอุปกรณ์ฟิตเนส สำหรับบ้าน โรงแรม อาคารสำนักงาน และสปอร์ตคลับระดับระดับลักซูรี่ ซึ่งอาจไม่สามารถเทียบเคียงได้กับบริษัทที่ประกอบธุรกิจจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้านที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ (Listed Company) ได้ เช่น บริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด (มหาชน) บริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท ชิค รีพับบลิค จำกัด (มหาชน) และบริษัท โมเดิร์นฟาร์ม กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นต้น เนื่องจากบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นที่การนำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ระดับลักซูรี่เป็นหลัก จึงอาจไม่สามารถเปรียบเทียบได้กับการประกอบธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนดังกล่าวข้างต้นได้ ทั้งในด้านของประเภทสินค้าและการบริการ กลยุทธ์ และตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ผู้เล่นในตลาดสินค้านำเข้าเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านระดับลักซูรี่ในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเลือกทำเลที่ตั้งโชว์รูมในพื้นที่ย่านศูนย์กลางธุรกิจในกรุงเทพมหานคร หรือในพื้นที่ชุมชนที่มีกลุ่มลูกค้ามีกำลังซื้อสูง และมีความแตกต่างกันทั้งในแง่ของสไตล์ของสินค้า ตำแหน่งทางการตลาด ราคาสินค้า ความหลากหลายของสินค้าและแบรนด์สินค้าจากประเทศผู้ผลิตต่างๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ข้อมูลสรุปการเสนอขายหุ้น IPO

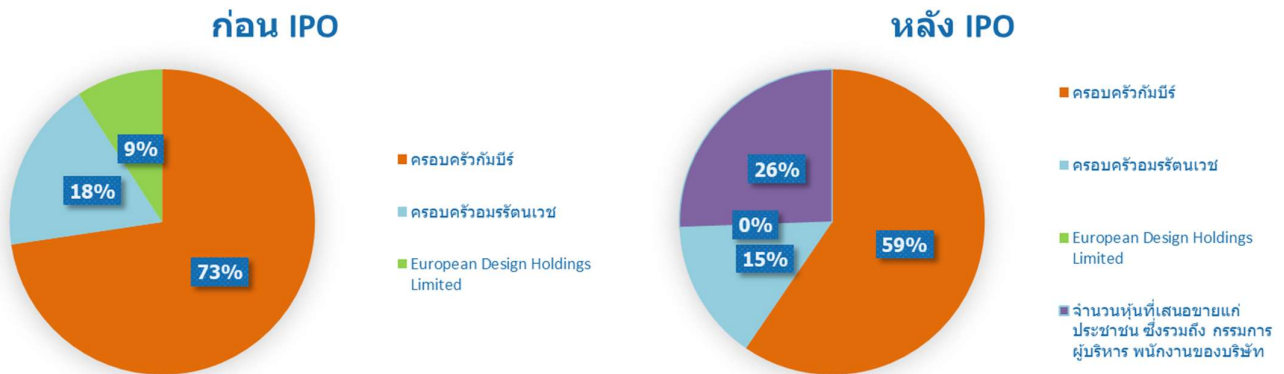
บริษัทจะมีทุนจดทะเบียน 152.5 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท ภายหลังจากเสนอขายในครั้งนี้ โดยหุ้นสามัญที่เสนอขายในครั้งนี้มีจำนวน 78 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.5 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.57 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดและเป็นการเสนอขายต่อประชาชนทั่วไป ประกอบไปด้วย

- (1) หุ้นสามัญเพิ่มทุนที่เสนอขายโดยบริษัทฯ จำนวน 55 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 18.03 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเสนอขายภายหลังจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้
- (2) หุ้นสามัญเดิมที่เสนอขายโดย European Design Holdings Limited (“EDH”) จำนวน 23 ล้านหุ้น คิดเป็นร้อยละ 7.54 ของจำนวนหุ้นที่ออกและเสนอขายภายหลังจากการเสนอขายหุ้นต่อประชาชนในครั้งนี้

บริษัทมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน ดังนี้

1. เพื่อใช้เป็นเงินลงทุนสำหรับการก่อสร้างโชว์รูมแห่งใหม่ จำนวน 3 แห่ง
2. เพื่อใช้ชำระคืนเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน
 - 2.1. สำหรับเงินกู้ยืมเพื่อการก่อสร้างโชว์รูมแห่งใหม่
 - 2.2. สำหรับเงินกู้ยืมระยะสั้นสำหรับเงินทุนหมุนเวียนกิจการ
3. เพื่อนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนกิจการและการขยายธุรกิจ

Exhibit 13 : รายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัทก่อนและภายหลังการเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ต่อประชาชน



Source: Company Data


โครงการในอนาคต

บริษัทฯ มีแผนการเพิ่มแบรนด์สินค้าระดับลักซูรีใหม่ๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกในกลุ่มสินค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย โดยบริษัทฯ อยู่ระหว่างการออกแบบและก่อสร้างโชว์รูมใหม่ จำนวน 3 แห่ง โดยมี 2 โชว์รูมตั้งอยู่บริเวณถนนทองหล่อ (สุขุมวิท 55) กรุงเทพมหานคร และอีก 1 โชว์รูม ณ จังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับสินค้าจากแบรนด์สินค้าใหม่ๆ รวมถึงการขยายตลาดและขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติมในอนาคต และเมื่อรวมกับพื้นที่ที่ให้บริการในปัจจุบัน จะมีพื้นที่ขายรวม 12,884 ตร.ม.

Exhibit 14 : โครงการในอนาคต

Showroom	เริ่มเปิดดำเนินการ	ที่อยู่	ขนาดพื้นที่ขาย ประมาณ (ตร.ม.)
Euro Creations Gallery at Thonglor Soi 5 	คาดว่าจะภายใน ไตรมาสที่ 2 ของปี 2567	โชว์รูมทองหล่อซอย 5 เลขที่ 95 ซอยสุขุมวิท 55 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน เหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร	1,635
Euro Creations Flagship Gallery at Phuket 	คาดว่าจะภายใน ไตรมาสที่ 2 ของปี 2567	โชว์รูมภูเก็ต เลขที่ 20 หมู่ที่ 2 ถนนเทพ กระษัตรี ตำบลเกาะแก้ว อำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัด ภูเก็ต	1,094

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

Euro Creations Gallery at Thonglor Soi 1 	คาดว่าภายใน ไตรมาสที่ 4 ของปี 2569	โซว์รูมของหล่อซอย 1 เลขที่ 65/1 ซอยสุขุมวิท 55 แขวงคลองตันเหนือ เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร	4,280
--	---------------------------------------	--	-------

Source: Company Data

วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

ภาพรวมผลการดำเนินงานปี 2563-2565 และ 9M66

ปี 2563-2565 บริษัท มีรายได้จากการขายสินค้าและบริการที่ 777 ล้านบาท 829 ล้านบาท และ 1,048 ล้านบาท ตามลำดับ โดยรายได้มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปี 2563-2565 (CAGR) ที่ร้อยละ 16.16 ต่อปี โดยปี 2564 การเติบโตของรายได้มาจากยอดขายกลุ่ม B2C stage 3 โดยเฉพาะสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย และเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับฟิตเนส เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ทำให้วิถีการใช้ชีวิตเปลี่ยนไป โดยการอยู่อาศัยที่บ้านมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าเริ่มหันมาซื้อเครื่องออกกำลังกายในบ้าน และเริ่มหันมาตกแต่งบ้านให้ครบทุกมิติการใช้ชีวิตในบ้าน อย่างไรก็ตาม รายได้จากการขายกลุ่มลูกค้า B2B ลดลงจากปีก่อนหน้า เนื่องจากงานโครงการต่างๆ ถูกชะลอออกไป อันเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ในปี 2565 บริษัท ยังคงมีรายได้เติบโตจากกลุ่ม B2C ต่อเนื่อง และกลุ่ม B2B เริ่มมีการฟื้นตัวจากภาคเอกชน โดยเฉพาะกลุ่มโรงแรมและโครงการอสังหาริมทรัพย์

สำหรับงวด 9M66 บริษัท มีรายได้จากการขายสินค้าและบริการที่ 958 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 33 จากช่วง 9M65 จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายและการบริการ จากทั้งกลุ่ม B2C โดยเฉพาะสินค้าประเภทที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรมงานภายใน (Stage 1) และกลุ่มลูกค้า B2B

กำไรขั้นต้นปี 2563-2565 อยู่ที่ 344 ล้านบาท 414 ล้านบาท และ 492 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 44.3 ร้อยละ 49.9 และร้อยละ 46.9 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรขั้นต้นปี 2564-2565 เป็นระดับที่สูงกว่าปี 2563 เนื่องจากปี 2564 ทางแบรนด์มีการให้ส่วนลดกับทางบริษัท ส่งผลให้บริษัท มีต้นทุนลดลง ในขณะที่ปี 2565 มีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเนื่องจากยอดขายจากกลุ่ม B2C ที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่มาจากผลิตภัณฑ์คอมไฟและอุปกรณ์ควบคุมอัจฉริยะ ซึ่งจัดอยู่ในประเภทที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรมงานภายใน (Stage 1) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าการขายสินค้าประเภทอื่นๆ ให้กับกลุ่มเดียวกัน

สำหรับงวด 9M66 บริษัท มีกำไรขั้นต้นที่ 455 ล้านบาท ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 35.4 สอดคล้องกับรายได้จากการขายสินค้าและบริการกลุ่มลูกค้าทั้ง B2C และ B2B และคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 47.5 สูงกว่าช่วง 9M65 ที่มีอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 46.6

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารปี 2563-2565 อยู่ที่ 212 ล้านบาท 263 ล้านบาท และ 326 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ ค่าใช้ค่าใช้จ่ายในการขายหลักประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานขาย ค่าโฆษณาและค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย และค่าเสื่อมราคา

สำหรับงวด 9M66 บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ 277 ล้านบาท ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 23.9 จากช่วง 9M65 สอดคล้องกับการขยายตัวของรายได้ของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิปี 2563-2565 ที่ 105 ล้านบาท 122 ล้านบาท และ 136 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 13.5 ร้อยละ 14.5 และร้อยละ 12.7 ตามลำดับ โดยอัตรากำไรสุทธิในปี 2565 ลดลง เนื่องจากบริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นจากค่าพนักงานขาย ค่าเสื่อมราคา และค่าใช้จ่ายทางการตลาด

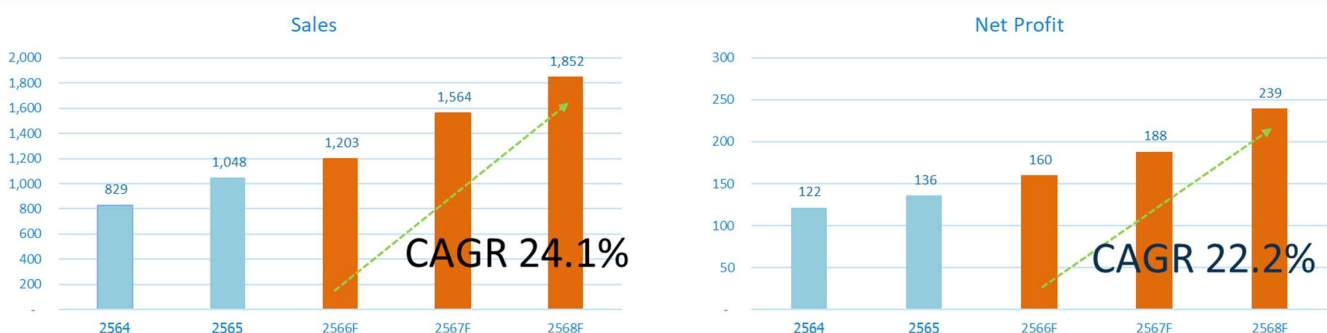
สำหรับงวด 9M66 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิที่ 139 ล้านบาท ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 96.2 จากช่วง 9M65 สอดคล้องกับการขยายตัวของรายได้ของบริษัทฯ

คาดการณ์ดำเนินงานปี 2566-2568 เติบโตต่อเนื่อง

คาดการณ์ปี 2566 ปี 2567 และปี 2568 จำนวน 1,203 ล้านบาท 1,562 ล้านบาท และ 1,852 ล้านบาท โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ปี 2566-2568 ที่ร้อยละ 24.1 ต่อปี มีปัจจัยหนุนจากยอดขายโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ยังสามารถเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีความต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์และตกแต่งบ้าน ประกอบกับการเพิ่มแบรนด์สินค้าใหม่ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น และการเปิดโชว์รูมใหม่เพิ่มในอนาคตอีก 3 แห่ง ได้แก่ โชว์รูมของหล่อชอย 5 (คาดเปิดบริการ 2Q67) โชว์รูมภูเก็ต (คาดเปิดให้บริการ 2Q67) และโชว์รูมของหล่อชอย 1 (คาดเปิดให้บริการ 4Q69)

คาดการณ์อัตรากำไรขั้นต้นปี 2566-2568 อยู่ที่ร้อยละ 47 ซึ่งเป็นระดับที่ใกล้เคียงกับปี 2565 โดยที่สัดส่วนรายได้ยังคงคาดว่ามาจากกลุ่ม B2C ส่งผลให้มีประมาณการกำไรสุทธิปี 2566-2568 จำนวน 160 ล้านบาท 188 ล้านบาท และ 239 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ปี 2566-2568 ร้อยละ 22.2 ต่อปี คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายที่ร้อยละ 13.3 ร้อยละ 12.0 และร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

Exhibit 15 : ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา และ คาดการณ์การเติบโต (ล้านบาท)



Source: Company Data, Trinity Research

การประเมินมูลค่าหุ้น

ประเมิน Fair value ปี 2567 ที่ 14.90 บาทต่อหุ้น

ประเมินมูลค่าหุ้น EURO ปี 2567 ที่ 14.90 บาทต่อหุ้น บนคาดการณ์ EPS ปี 2567 ที่ 0.62 บาทต่อหุ้น อิงระดับ P/E Ratio ที่ 24.00 เท่า ซึ่งเป็นระดับ Forward P/E (+0.5SD) ของบริษัท ที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกับ EURO

พร้อมกันนี้ได้จัดทำตาราง P/E Ratio Sensitivity Analysis (Exhibit 17) ที่ P/E ในกรอบ 23.0-25.0 เท่า และคาดการณ์ EPS ปี 2567 ที่ 0.62 บาทต่อหุ้น เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

Exhibit 16 : ตารางเปรียบเทียบบริษัทที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกับ EURO

Peer company	GPM(%)		NPM(%)		Net Profit Growth (%)		P/E(X)		P/BV(X)		ROE(%)	
	2566F	2567F	2566F	2567F	2566F	2567F	2566F	2567F	2566F	2567F	2566F	2567F
DOHOME	16%	17%	2%	3%	-14%	81%	52.3	28.5	2.8	2.6	6%	10%
GLOBAL	25%	26%	9%	9%	-15%	15%	26.3	22.9	3.3	3.0	13%	15%
HMPRO	27%	28%	9%	10%	8%	11%	24.4	22.1	5.9	5.5	27%	28%
ILM	46%	46%	7%	8%	6%	17%	17.6	15.1	2.1	2.0	12%	13%
CRC	28%	28%	3%	4%	15%	25%	28.6	23.1	3.5	3.1	13%	14%
COM7	14%	14%	5%	5%	14%	18%	21.1	17.9	8.3	6.7	43%	42%
Average	26%	26%	6%	7%	2%	28%	28.4	21.6	4.3	3.8	19%	20%
EURO	47%	47%	12%	12%	4%	31%	25.6	21.6	3.7	3.3	22%	15%

Source: Bloomberg, Trinity Research

Exhibit 17: P/E Ratio Sensitivity Analysis

		P/E				
EPS		23.0	23.5	24.0	24.5	25.0
	0.62	14.30	14.60	14.90	15.20	15.50

Source: Trinity Research

ปัจจัยเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงแบรนด์สินค้าในแต่ละกลุ่มประเภทสินค้า
2. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงรายได้จากการขายสินค้าของบริษัทเจ้าของแบรนด์สินค้า
3. ความเสี่ยงจากความผันผวนของสภาพเศรษฐกิจและการพึ่งพิงภาคอสังหาริมทรัพย์
4. ความเสี่ยงจากการไม่สามารถขยายโซ่วิธีได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่างบประมาณ หรือแผนการลงทุนในการขยายโซ่วิธีไม่เป็นไปตามคาดการณ์
5. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงการเช่าที่ดินและอาคารจากผู้ถือหุ้นใหญ่ นิติบุคคลและบุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกัน และการต่ออายุสัญญาเช่าที่ดินและสัญญาเช่าที่ดินและอาคาร
6. ความเสี่ยงจากการบริหารสินค้าคงเหลือ
7. ความเสี่ยงจากการส่งมอบงานล่าช้ากว่าเวลาและค่าปรับตามข้อกำหนดตามสัญญาสำหรับงานโครงการ
8. ความเสี่ยงจากการที่กรมธรรม์ประกันภัยของบริษัท อาจไม่ครอบคลุมความเสียหายทั้งหมดที่อาจเกิดขึ้นแก่ธุรกิจของบริษัท
9. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารหลักและพนักงานที่มีความสามารถ
10. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
11. ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราดอกเบี้ย
12. ความเสี่ยงจากการจัดหาเงินทุนและสภาพคล่องและความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับข้อปฏิบัติและข้อกำหนดในสัญญาเงินกู้

EURO CREATION					
Income statement					
Year End Dec (Btm)	2021A	2022A	2023F	2024F	2025F
Sales	829	1,048	1,203	1,564	1,852
Cost of good sold	(416)	(556)	(640)	(829)	(981)
Gross Profit	414	492	563	735	870
SG&A	(263)	(326)	(355)	(488)	(561)
EBITDA	197	238	274	344	432
Depreciation & Amortization	(39)	(52)	(56)	(85)	(111)
EBIT	158	186	218	258	321
Equity Shares	0	0	0	0	0
Financial Costs	(6)	(14)	(18)	(23)	(22)
Other Income	8	20	10	11	12
Other Expenses	0	0	0	0	0
Pretax Profit	152	171	200	235	299
Tax	(31)	(35)	(40)	(47)	(60)
Net Profit before NCI	122	136	160	188	239
Less Minority Interest	(36)	(30)	(10)	0	0
Net Profit before Extra.	85	106	150	188	239
Impairment loss on assets	0	0	0	0	0
Extraordinary items	0	0	0	0	0
Reported Net Profit	85	106	150	188	239
EPS (Bt)	0.40	0.45	0.52	0.62	0.78
Core (EPS)	0.40	0.45	0.52	0.62	0.78
Statements of Financial Position					
Year End Dec (Btm)	2021A	2022A	2023F	2024F	2025F
Cash in hand & at banks	45	112	1,491	1,341	1,469
Short term investment	0	0	0	0	0
Accounts receivable -net	99	104	115	150	178
Inventories	382	516	512	652	763
Asset held for sale	44	0	0	0	0
Total Current Assets	570	732	2,118	2,142	2,410
Investments	10	0	0	0	0
Property, Plant & Equipment	68	75	79	114	123
Good will	0	0	0	0	0
Intangible assets	4	8	8	8	8
Deferred tax assets	4	8	8	8	8
Others/Unearned revenue	345	422	422	422	422
Total Assets	1,001	1,244	2,635	2,694	2,971
Loans and O/D from banks	38	0	400	440	396
Account payable-trade	54	177	176	224	262
Current portion 1 yr L/T loans	29	44	49	56	61
Other current liabilities/ROU	328	458	467	476	486
Total Current Liabilities	450	678	1,091	1,196	1,205
Long-term debt/Lease liabilities	300	344	378	200	300
Other	2	2	2	2	2
Total Liabilities	751	1,024	1,471	1,398	1,507
Paid-up share capital	100	100	153	153	153
Premium on share capital	0	0	776	776	776
Legal reserve	2	10	10	10	10
Reserve for expansion	0	0	0	0	0
Subordinated capital debentures	0	0	0	0	0
Unappropriated	109	62	167	299	466
Others	0	0	0	0	0
Total Equity before MI	211	172	1,106	1,237	1,405
Minority Interest	39	49	2	0	0
Total Equity	250	221	1,165	1,296	1,464
Total Liabilities & Equity	1,001	1,245	2,635	2,694	2,971

บริษัทหลักทรัพย์ ทรัสต์ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรัสต์ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชี้นำหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

EURO CREATION					
Cash Flow Statement					
Year End Dec (Btm)	2021A	2022A	2023F	2024F	2025F
Pre-tax profit	122	156	208	258	321
Depreciation	39	52	56	85	111
Chg in working capital	(31)	(35)	(40)	(47)	(60)
Tax paid	0	0	0	0	0
Other operating activities	(94)	81	1	(117)	(91)
CF from Operating	36	253	225	180	281
Capital expenditure	158	(64)	(60)	(120)	(120)
Change in investments	52	6	0	0	0
Other investing activities	0	0	0	0	0
CF from Investment	209	(57)	(60)	(120)	(120)
Capital Increase	(81)	8	829	0	0
Debt Financing	(173)	51	439	(131)	62
Dividend (incl. tax)	0	(145)	(45)	(56)	(72)
Other financing activities	45	(42)	(8)	(23)	(22)
CF from Financing	(209)	(129)	1,214	(210)	(32)
Change in Cash	36	67	1,379	(150)	129
Beginning Cash	8	45	112	1,491	1,341
Ending Cash	45	112	1,491	1,341	1,469
Key Ratios					
Year End Dec (Bt m n)	2021A	2022A	2023F	2024F	2025F
Per Share (Bt)					
EPS	0.40	0.45	0.52	0.62	0.78
DPS	0.00	0.48	0.15	0.19	0.24
BV	0.69	0.56	3.62	4.06	4.61
Liquidity Ratio (x)					
Current Ratio	1.27	1.08	1.94	1.79	2.00
Quick Ratio	0.23	0.24	1.47	1.25	1.37
Profitability Ratio (%)					
Gross Margin	50%	47%	47%	47%	47%
EBITDA Margin	24%	23%	23%	22%	23%
EBIT Margin	19%	18%	18%	17%	17%
Net Margin	10%	10%	12%	12%	13%
ROE	78%	58%	22%	15%	17%
Efficiency Ratio					
ROA	15%	12%	8%	7%	8%
ROFA	126%	141%	189%	165%	194%
Leverage Ratio (x)					
Debt to Equity	3.00	4.63	1.26	1.08	1.03
Interest Coverage Ratio	34	17	12	11	15
Growth					
Sales Growth	6%	26%	15%	30%	18%
EBITDA Growth	21%	21%	15%	26%	26%
Net Profit (bf NCI) Growth	15%	12%	18%	18%	27%
EPS Growth	N/A	N/A	N/A	18%	27%
Valuation					
PER (x)	N/A	N/A	25.6	21.7	17.1
P/BV (x)	N/A	N/A	3.7	3.3	2.9
EV/EBITDA (x)	N/A	N/A	9.6	7.7	6.0
Dividend Yield (%)	N/A	N/A	1%	1%	2%
Dividend Payout Ratio (%)	0%	107%	28%	30%	30%

บริษัทหลักทรัพย์ ทรัสต์ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรัสต์ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชี้แนะหรือชักชวนให้นักลงทุนทำการซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

Corporate Governance Report Rating

ช่วงคะแนน Score	สัญลักษณ์ Range Number of Logo	ความหมาย	Description
90 - 100		ดีเลิศ	Excellent
80 - 89		ดีมาก	Very Good
70 - 79		ดี	Good
60 - 69		ดีพอใช้	Satisfactory
50 - 59		ผ่าน	Pass
ต่ำกว่า 50	No logo given	N/A	N/A

Disclaimer : การเปิดเผยผลการสำรวจของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ในเรื่องการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) นี้ เป็นการดำเนินการตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยการสำรวจของ IOD เป็นการสำรวจและประเมินจากข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็มเอไอ (MAI) ที่มีการเปิดเผยต่อสาธารณะ และเป็นข้อมูลที่ผู้ลงทุนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ดังนั้น ผลสำรวจดังกล่าวจึงเป็นการนำเสนอในมุมมองของบุคคลภายนอก โดยไม่ได้เป็นการประเมินการปฏิบัติ และมีได้มีการใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน ผลสำรวจดังกล่าวจึงเป็นผลการสำรวจ ณ วันที่ปรากฏในรายงานการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนไทยเท่านั้น ดังนั้น ผลการสำรวจจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว หรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด มิได้ยืนยัน ตรวจสอบ หรือรับรองถึงความถูกต้องครบถ้วนของผลการสำรวจดังกล่าวแต่อย่างใด

Anti-corruption Progress Indicators

บริษัทที่เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (Thai CAC) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วม CAC
- ได้รับการรับรอง CAC

Disclaimer : การเปิดเผยผลการประเมินดัชนีชี้วัดความคืบหน้าการป้องกันการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชัน (Anti-Corruption Progress Indicators) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่จัดทำโดยสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งมีการเปิดเผยโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์นี้ เป็นการดำเนินการตามนโยบายและตามแผนพัฒนาความยั่งยืนสำหรับบริษัทจดทะเบียน โดยผลการประเมินดังกล่าว สถาบันที่เกี่ยวข้องอาศัยข้อมูลที่ได้รับจากบริษัทจดทะเบียนตามที่บริษัทจดทะเบียนได้ระบุในแบบแสดงข้อมูลเพื่อการประเมิน Anti-Corruption ซึ่งได้อ้างอิงข้อมูลมาจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) รายงานประจำปี (แบบ 56-2) หรือในเอกสารและหรือรายงานอื่นที่เกี่ยวข้องของบริษัทจดทะเบียนนั้น แล้วแต่กรณี ดังนั้น ผลการประเมินดังกล่าวจึงเป็นการนำเสนอในมุมมองของสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นบุคคลภายนอก โดยมีได้เป็นการประเมินการปฏิบัติของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และมีได้ใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน

เนื่องจากผลการประเมินดังกล่าวเป็นเพียงผลการประเมิน ณ วันที่ปรากฏในผลการประเมินเท่านั้น ดังนั้น ผลการประเมินจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ภายหลังวันดังกล่าว หรือเมื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด มิได้ยืนยัน ตรวจสอบ หรือรับรองความถูกต้องครบถ้วนของผลการประเมินดังกล่าวแต่อย่างใด