

อิสตสภา - OSP



21 พฤศจิกายน 2567

ชื่อ

ราคาเป้าหมาย 25.50 บาท

Upside/Downside +23%

Median Consensus 25.63 บาท

1M price direction:



Stock information

ราคาปิด	20.70 บาท
ราคาปิดสูง/ต่ำใน 1 ปี	25.00 / 18.30 บาท
มูลค่าตลาด	62,177 ล้านบาท
ปริมาณหุ้น (พาร์ 1)	3,003.7 ล้านหุ้น
Free Float	51.80%
Foreign Limit/Available	49%/29.32%
NVDR in hand (% of share)	3.07%
ปริมาณหุ้นเฉลี่ย/วัน('000)	12,606.46
Anti-corruption:	ได้รับการรับรอง
CG Score:	★★★★

XD - Date

Period	X-Date	DPS(Bt)
01/01/24-30/06/24	29/08/24	0.30
01/07/23-31/12/23	02/05/24	0.45
01/01/23-30/06/23	23/08/23	0.40



นักวิเคราะห์
ธนภัทร จิตเรสิทธิ์
เลขทะเบียนนักวิเคราะห์: 049194
ชนิตา จุนชยะ
ผู้ช่วยนักวิเคราะห์

กำไร 3Q24 ชะลอตัวทั้ง QoQ และ YoY

- เริ่มต้นแนะนำ "ชื่อ" ให้ราคาเป้าหมายปี 2025 ที่ 25.50 บาท (อิงวิธี DCF) ราคาปัจจุบันคิดเป็น Forward P/E ปี 2025 ที่ 20.1 เท่า
- OSP ประกาศผลขาดทุนสุทธิงวด 3Q24 ที่ 321 ล้านบาท พลิกจากกำไรใน 3Q23 ที่ 642 ล้านบาท และกำไรใน 2Q24 ที่ 604 ล้านบาท เนื่องจากมีค่าใช้จ่าย One-time
- ในแง่ของการดำเนินงานปกติ OSP ตั้งเป้ารายได้ปี 2024 โต 5% โดยการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเครื่องดื่มบำรุงกำลังภายในประเทศกลับคืนมา 2% และเพิ่มปริมาณการขายในตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง จากประมาณการกำไรสุทธิปี 2024 ประกอบกับช่วง 4Q24 จะได้รับแรงหนุนจากการขยายในต่างประเทศที่ฟื้นตัว ทำให้เราคาดการณ์ว่าบริษัทน่าจะบรรลุเป้าหมายได้ไม่ยาก
- ประมาณการกำไรปี 2024 ที่ 1,623 ล้านบาท -32.4% YoY

Earning Review

OSP ประกาศผลขาดทุนสุทธิงวด 3Q24 ที่ 321 ล้านบาท พลิกจากกำไรใน 3Q23 ที่ 642 ล้านบาท และกำไรใน 2Q24 ที่ 604 ล้านบาท โดยกำไร 9M24 คิดเป็น 66.0 % จากประมาณการกำไรสุทธิปี 2024

- รายได้จากการขายอยู่ที่ 6,043 ล้านบาท -3.7% YoY, -17.7% QoQ ลดลงจากปัจจัยฤดูกาล ประกอบกับจากผลกระทบของเหตุการณ์น้ำท่วมทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- อัตรากำไรขั้นต้น อยู่ที่ 36.1% ลดลง 210 bps (38.2% ใน 2Q24) จากสัดส่วนของรายได้จากต่างประเทศลดลงตามปัจจัยด้านฤดูกาลซึ่งรายได้จากต่างประเทศมีอัตรากำไรที่สูงกว่าในประเทศ ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นในประเทศยังคงรักษาระดับเดียวกับไตรมาสก่อน
- SG&A/Sales อยู่ที่ 26.0% เพิ่มขึ้น 200 bps (24.0% ใน 2Q24) จากผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่มากขึ้น
- มีการบันทึกผลขาดทุนสุทธิจากการจำหน่ายเงินลงทุนในธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายขวดแก้วในประเทศเมียนมาร์จำนวน 1,239 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายการ One-time

Outlook

คาดว่ากำไรปี 2024 จะอยู่ที่ 1,623 ล้านบาท ลดลง 32.4% เนื่องจากรายการ One-time ส่วนการดำเนินงานปกติยังดี และคาดปี 2025 กำไรฟื้นตัวมาอยู่ที่ 3,162 ล้านบาท เราให้ราคาเป้าหมายปี 2025 ที่ 25.50 บาท (อิงวิธี DCF) และเริ่มต้นให้คำแนะนำ "ชื่อ"

ความเสี่ยง: ความผันผวนของต้นทุนวัตถุดิบหลัก ความผันผวนของปริมาณการขายในตลาด CLMV และ นโยบายการเงิน และการฟื้นตัวของการบริโภค

Financial Summary

Year End:	2021A	2022A	2023A	2024F	2025F
Sales (Bt mn)	26,762	27,266	26,062	26,369	27,824
EBITDA (Bt mn)	5,152	3,618	4,314	3,815	5,611
Net Profit (Bt mn)	3,255	1,934	2,402	1,623	3,162
EPS (Bt)	0.64	0.99	1.11	0.54	1.05
EV/EBITDA (x)	0.15	0.42	0.55	0.62	0.39
PER (x)	32.5	20.9	18.6	38.3	19.7
PBV (x)	3.12	3.37	3.77	4.00	3.65
DPS (Bt)	0.89	0.50	0.60	0.29	0.57
Div Yield (%)	3.55%	2.00%	2.40%	1.17%	2.27%
ROE (%)	16.37%	10.47%	14.71%	10.63%	18.98%

Source: Company Data, Trinity Research

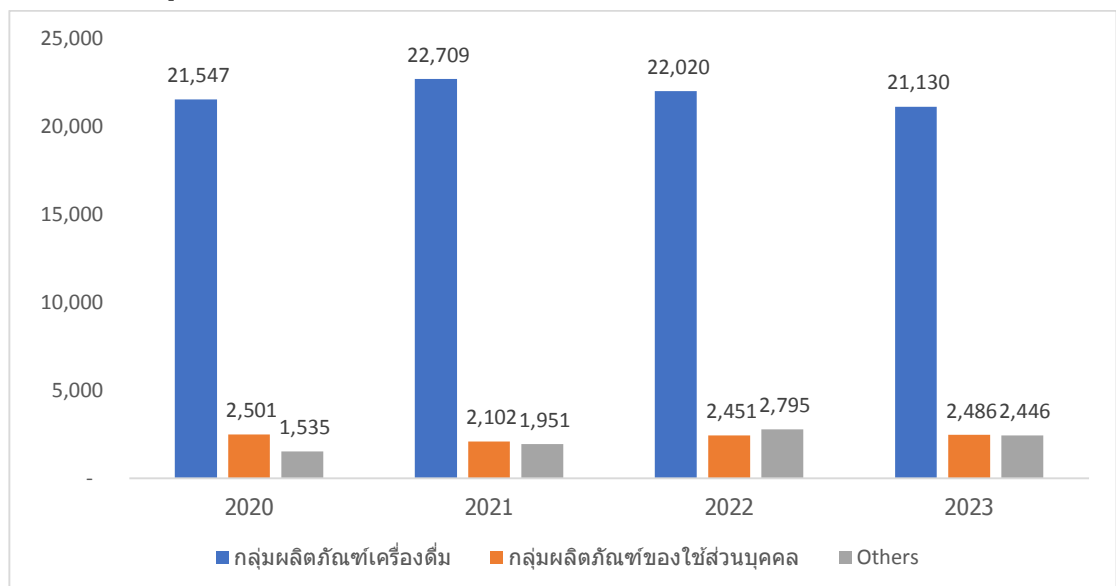
บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เลขที่ 1 อาคารพาร์ค สยาม ชั้น 22 และห้อง 2301 ชั้น 23 ถนนคอนแวนต์ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลเท่าที่ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลใดๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด ผู้จัดทำขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการยืนยันหรือชักชวนให้ลงทุน การซื้อหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

ภาพรวมการประกอบธุรกิจ และโครงสร้างรายได้

บริษัท โฮสเทล จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) จัดทะเบียนจัดตั้งขึ้นในประเทศไทยและประกอบธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเน้นทางด้านผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล บางชนิด บริษัทฯ เป็นหนึ่งในผู้ผลิต ผู้ทำการตลาด และ ผู้จัดจำหน่ายชั้นนำสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์และผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กในประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นตลาดต่างประเทศหลักของบริษัทฯ (ได้แก่ เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว) และยังจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวม 25 ประเทศผ่านผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังประกอบธุรกิจให้บริการอื่น ๆ เช่น บริการบริหารจัดการด้านซัพพลายเชน ซึ่งครอบคลุมถึงการผลิตรายการเครื่องดื่ม ขวดแก้ว และผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลบางชนิดผ่านกิจการร่วมค้าและการบริการผลิตสินค้า (Original Equipment Manufacturer (OEM)) และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้สัญญาการร่วมค้าด้วย โดยบริษัทฯ มีฐานการประกอบธุรกิจอยู่ในประเทศไทยและมีการประกอบธุรกิจที่แข็งแกร่งในเมียนมาร์ กัมพูชา และลาว ซึ่งเป็นตลาดต่างประเทศหลักของบริษัทฯ ทั้งนี้ ด้วยประวัติความเป็นมาที่ยาวนานกว่า 125 ปี บริษัทฯ มีวิสัยทัศน์ที่จะรักษาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งในฐานะบริษัทผู้ประกอบธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำที่มีประสิทธิภาพ และมีการใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยในประเทศไทยและตลาดต่างประเทศหลักของบริษัทฯ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พร้อมด้วยวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีม มีคุณภาพ และยึดหลักธรรมาภิบาลในการประกอบธุรกิจภายใต้พันธกิจของบริษัทฯ กล่าวคือการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้กับผู้บริโภค โดยที่ลักษณะของสินค้าและบริการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม สามารถแบ่งสินค้าเป็น 2 กลุ่มหลักคือ ผลิตภัณฑ์กลุ่มหลัก ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลัง เครื่องดื่มเกลือแร่ ภายใต้ตราสินค้าเอ็มเกลือแร่ และกาแฟพร้อมดื่มภายใต้ตราสินค้าเอ็มเพรสโซ และ ผลิตภัณฑ์กลุ่มรอง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีการเติมส่วนผสมเพื่อให้ได้คุณสมบัติเฉพาะ
2. กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล ประกอบด้วยกลุ่มผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กและกลุ่มผลิตภัณฑ์ความงามสำหรับผู้หญิง



ในส่วนของการขายได้ของกลุ่มบริษัทในงวดปี 2020 - 2023 ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 97.9 – 99.2 ของรายได้รวม มาจากรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัท ซึ่งแบ่งเป็น (1) รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 80.8 – 84.2 ของรายได้รวม (2) รายได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคลคิดเป็นร้อยละ 7.9 – 9.8 ของรายได้รวม และ (3) รายได้จากกลุ่มอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.0 – 10.3 ของรายได้รวม

ปัจจัยสนับสนุน

1. ภาคการท่องเที่ยวที่เฟื่องฟูส่งผลในเชิงบวกต่อธุรกิจ จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในปี 2023 และใน 9 เดือนแรกของปี 202 ประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทย จำนวนประมาณ 28 ล้านคน และ 26 ล้านคน ตามลำดับ ซึ่งถือว่าเป็นทิศทางที่ดีขึ้น และในปี 202 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาในประเทศไทยประมาณ 35.09 ล้านคน ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้เกิดเม็ดเงินกระจายลงสู่ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว
2. กระแสพฤติกรรมทางเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตามการรีวิวของอินฟลูเอนเซอร์ที่ส่งผลให้บริษัทสามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่ได้ในเวลาอันสั้น รวมถึงลดความสำคัญของการพึ่งพิงทำเลที่ตั้งที่ส่งผลต่อต้นทุนค่าเช่าที่สูง
3. นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ความต้องการบริโภคสินค้าขยายตัวตามเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มขยายตัว ประกอบกับเทคโนโลยีการผลิตที่พัฒนาขึ้น ล้วนมีส่วนช่วยให้ผู้ผลิตเครื่องดื่มสามารถผลิตสินค้าได้รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และต้นทุนที่ลดลง รวมทั้งในด้านของการส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นจากตลาดหลักในกลุ่มประเทศ CLMV
4. กระแสสุขภาพที่มีอิทธิพลมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เริ่มใส่ใจสุขภาพมากขึ้นและมองหาเครื่องดื่มที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพ บำรุงร่างกาย ด้านโรค ส่งผลให้ตลาดเครื่องดื่มจะได้รับอานิสงค์การเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการเครื่องดื่มที่ช่วยบำรุงร่างกาย เสริมสร้างสุขภาพ ตามการขยายตัวของฐานประชากรสูงอายุ

ปัจจัยเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ เนื่องจากเพื่อที่จะรักษาหรือเพิ่มอัตราผลกำไรของบริษัทโดยไม่ใช้การปรับราคาสินค้าที่ขายให้ผู้บริโภคได้นั้น บริษัทจึงจำเป็นต้องรักษาระดับต้นทุนการผลิตหรือลดต้นทุน อย่างไรก็ตาม บริษัทฯไม่สามารถควบคุมความสามารถของบริษัทในการผลิตภาระต้นทุนการผลิตได้เนื่องจากต้นทุนการผลิตขึ้นอยู่กับสภาพตลาดและต้นทุน เมื่อเทียบกับคู่แข่ง หากบริษัทไม่สามารถผลิตภาระต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นจากราคาวัตถุดิบหลักหรือพลังงานไปยังผู้บริโภคได้โดยการขึ้นราคาสินค้า หรือ ไม่สามารถรักษาหรือลดต้นทุนการผลิตด้วยมาตรการลดต้นทุนต่าง ๆ ได้ ธุรกิจ ฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และโอกาสทางธุรกิจของบริษัท อาจได้รับผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญ
2. ความเสี่ยงจากการที่ผลิตภัณฑ์มีสิ่งปนเปื้อนหรือเจือปน หรือมีประเด็นปัญหาหรือความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพ ความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ความเสี่ยงในการเกิดการปนเปื้อนเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนการผลิตและการจัดจำหน่าย รวมถึงในระหว่างการผลิตและการจัดส่งวัตถุดิบ โดยการปนเปื้อนของผลิตภัณฑ์อาจเกิดได้จากการปลอมปนในอาหารซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ไม่อาจทำให้หมดไปได้โดยสิ้นเชิง แม้ว่าบริษัทจะปฏิบัติตามแนวปฏิบัติทางอุตสาหกรรมที่ดีและมีการตรวจสอบคุณภาพแล้วก็ตาม นอกจากนี้บริษัทอาจถูกฟ้องร้องเป็นครั้งคราวในเรื่องผลิตภัณฑ์ปนเปื้อนซึ่งแม้ไม่เป็นความจริง แต่สามารถสร้างข่าวในแง่ลบต่อบริษัทซึ่งส่งผลเสียต่อธุรกิจได้
3. ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคลเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่และรายเล็ก จึงมีตัวเลือกให้ผู้บริโภคมากมาย ดังนั้นหากบริษัทไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อภาวะที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาดและความต้องการของผู้บริโภคได้ บริษัทอาจไม่สามารถเพิ่มหรือรักษารายได้จากการขายหรือกำไรขั้นต้นในตลาดต่าง ๆ ได้ และบริษัทอาจจะเสียส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อธุรกิจของบริษัท

วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

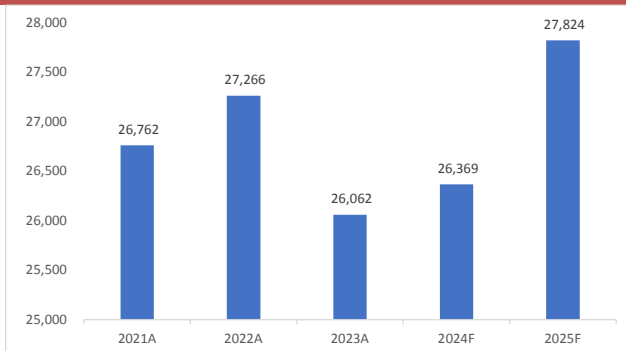
ภาพรวมผลการดำเนินงานปี 2021 – 2023

ปี 2021 บริษัทมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นมากจากปี 202 โดยมีส่วนสำคัญหลักมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ COVID-19 ในประเทศไทยมีการระบาดอย่างรุนแรงที่สุดในช่วง 3Q21 ทำให้ยอดขายในลดลง แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์ดังกล่าวได้เริ่มดีขึ้นใน 4Q21 ทำให้รายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2020 นอกจากนี้ยังมาจากการเน้นสร้างความแข็งแกร่งให้กลุ่มผลิตภัณฑ์หลัก การออกสินค้าที่มีนวัตกรรมตอบโจทย์ผู้บริโภคขยายการจัดจำหน่ายสินค้าให้ครอบคลุม และสร้างโอกาสการเติบโตผ่านความร่วมมือทางธุรกิจและเครือข่ายพันธมิตร ในขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นในปี 2020 เนื่องจากต้นทุนคงที่ต่อหน่วยสูงขึ้นจากการปิดเตาหลอมขวดแก้วเพื่อซ่อมบำรุงครั้งใหญ่ตามแผนและจากปริมาณการผลิตที่ลดลงในช่วงที่มีผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมถึงราคาต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นจากการปรับขึ้นของราคาสินค้าโภคภัณฑ์

ปี 2022 บริษัทมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2021 โดยมีสาเหตุหลักมาจากราคาต้นทุนสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวสูงขึ้นมาก บริษัทจึงตัดสินใจดำเนินกลยุทธ์ด้านราคาผ่านการเปิดตัวผลิตภัณฑ์เอ็ม-150 ใหม่ โดยเพิ่มคุณสมบัติให้ผู้ใช้บริโภคประกอบกับการทำการสื่อสารและสนับสนุนด้านการตลาด เพื่อช่วยลดผลกระทบด้านต้นทุนที่ปรับตัวสูงขึ้นและถือเป็นการขับเคลื่อนการเติบโตมูลค่าตลาด ในขณะที่ผู้เล่นรายอื่นในอุตสาหกรรมไม่ได้ปรับใช้กลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายด้านราคาอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบระยะสั้นต่อบริษัททั้งด้านปริมาณการขายและรายได้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มบำรุงกำลัง ประกอบกับปริมาณการขายลดลงทำให้ผลกระทบจากต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่เพิ่มขึ้นจากปริมาณการผลิตที่ลดลงของโรงงานผลิตขวดแก้วและโรงงานผลิตและบรรจุเครื่องดื่ม จึงส่งผลให้มีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากอัตรากำไรขั้นต้นในปี 2021

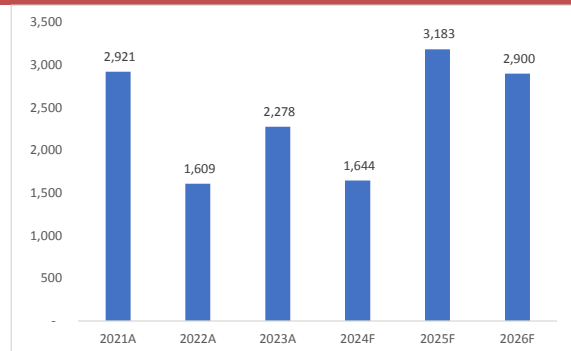
ปี 2023 บริษัทมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นมากจากปี 2022 โดยมีสาเหตุหลักมาจากการเติบโตจากรายการพิเศษจากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ รวมทั้งจากการฟื้นตัวของปริมาณขายและการขยายตัวของอัตรากำไรหลังจากเดินหน้าเสริมความแข็งแกร่งผ่านการสร้างแบรนด์และการดำเนินกลยุทธ์กลุ่มผลิตภัณฑ์ และ จากการดำเนินกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของโรงงานผลิตขวดแก้วอย่างต่อเนื่องหลังมีการปิดเตาหลอมบางส่วนทำให้มีอัตราการผลิตดีขึ้นและใช้พลังงานน้อยลง ส่งผลให้มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นจากอัตรากำไรขั้นต้นในปี 2022

Exhibit 1: คาดการณ์รายได้จากการขาย (ล้านบาท)



Source: Company Data, Trinity Research

Exhibit 2: คาดการณ์กำไรสุทธิ (ล้านบาท)



Source: Company Data, Trinity Research

คาดการณ์กำไรสุทธิในปี 2024 แต่คาดว่าจะฟื้นตัวในปี 2025

ประเมินแนวโน้มผลประกอบการในปี 2024 กำไรสุทธิจะอยู่ที่ 1,644 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 32.4 ซึ่งมาจากการรับรู้ขาดทุนจากการขายโรงงานผลิตแก้ว ยอดขายเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศที่มีแนวโน้มลดลงจากกระแสรักสุขภาพ การเสียส่วนแบ่งตลาดในเมียนมาร์ หาก CBG ประสบความสำเร็จในการจัดตั้งโรงงานในประเทศใน 2Q25 และ ต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น

ประเมินแนวโน้มผลประกอบการในปี 2025 กำไรสุทธิจะอยู่ที่ 3,126 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 94.8 ซึ่งนอกจากจะไม่มีรายการ One-time แล้ว ยังมีปัจจัยหนุนจากการขยาย Portfolio ในกลุ่มสินค้า Premium มากขึ้น โดยเน้นที่การขาย การดำเนินการภายในร้านค้า และความสามารถในการจัดจำหน่าย รวมทั้งบริษัทมีไอดีเดียวที่จะรุกขยายตลาดในต่างประเทศมากขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศ CLMV

Exhibit 3: OSP Earnings Review

Quarterly Breakdown n (Bt mn)	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	%YoY	%QoQ	2023	2024F	%YoY
Revenue	6,277	6,530	7,260	7,345	6,043	(3.7%)	(17.7%)	26,062	26,369	1.2%
COGS	-4,058	-4,213	-4,613	-4,541	-3,863	(4.8%)	(14.9%)	-17,059	-17,532	2.8%
Gross profit	2,220	2,317	2,647	2,804	2,180	(1.8%)	(22.2%)	9,003	8,837	(1.8%)
SG&A	-1,624	-1,781	-1,797	-1,765	-1,572	(3.2%)	(10.9%)	-6,769	-6,771	0.0%
Other incomes	117	58	68	29	324	176.4%	1008.5%	582	226	(61.2%)
Other expenses	0	0	0	-315	-1,239			0	0	
EBITDA	341	479	561	394	-666	(295.1%)	(269.1%)	1,318	769	(41.6%)
Depreciation & Amortization	372	115	358	360	359			1,498	1,523	
EBIT	713	594	918	753	-306	(143.0%)	(140.7%)	2,816	2,292	(18.6%)
Interest Expense	-26	-34	-29	-26	-27	1.7%	1.8%	-108	-131	
EBT	687	560	889	727	-333	(148.5%)	(145.8%)	2,708	2,161	(20.2%)
Tax	-96	-171	-82	-143	-59			-431	-517	
Minority	51	43	59	59	49			-21	-21	
Net Profit	642	432	866	644	-343	(153.5%)	(153.3%)	2,257	1,624	(28.0%)
Extraordinary Items	0	-1	37	40	18			-146	0	
Core Profit	642	433	828	604	-361	(156.3%)	(159.8%)	2,402	1,623	(32.4%)
EPS (Bt)	2.14	1.44	2.89	2.15	-1.14	(153.5%)	(153.3%)	1.11	1.50	34.8%
Core EPS (Bt)	2.14	1.44	2.76	2.01	-1.20	(156.3%)	(159.8%)	1.14	1.50	31.3%
Key ratios										
Gross margin	35.4%	35.5%	36.5%	38.2%	36.1%			34.5%	33.5%	
SG&A /Sales	25.9%	27.3%	24.7%	24.0%	26.0%			26.0%	25.7%	
EBITDA margin	5.4%	7.3%	7.7%	5.4%	(11.0%)			5.1%	2.9%	
EBIT margin	11.4%	9.1%	12.6%	10.3%	(5.1%)			10.8%	8.7%	
Effective tax rate	14.0%	30.5%	9.2%	19.6%	(17.9%)			15.9%	23.9%	
Net margin	10.2%	6.6%	11.9%	8.8%	(5.7%)			8.7%	6.2%	
Core Net margin	10.2%	6.6%	11.4%	8.2%	(6.0%)			9.2%	6.2%	

Source: Company Data, Trinity Research

OSP: นโยบาย ESG
SET ESG Ratings
AA
E – Environment
(ด้านสิ่งแวดล้อม)

- มีเป้าหมายที่จะขับเคลื่อนธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างสังคมคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์
- มุ่งมั่นในการลดการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการปฏิบัติตามหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยในระดับองค์กรโดยใช้การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงาน และในระดับผู้บริโภคใช้การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์
- มีการปรับกระบวนการปฏิบัติงานให้เหมาะสมเพื่อรับรองประสิทธิภาพเชิงนิเวศเศรษฐกิจ

S – Social
(ด้านสังคม)

- มุ่งมั่นพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับพนักงานและชุมชนเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีและจะดำเนินการสร้างการเข้าถึงบริการทางการเงินและการให้ความรู้ทางการเงินกับพนักงานและชุมชน
- มีการขยายการตรวจสอบเรื่องการเคารพต่อสิทธิมนุษยชนผ่านการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้าทางธุรกิจ และพันธมิตรทางธุรกิจตามกฎหมายและมาตรฐานสากล
- สร้างประสบการณ์รูปแบบใหม่ที่สะดวกสบายและมีคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อการเติบโตทางธุรกิจในระยะยาว

G – Governance
(ด้านการกำกับดูแลกิจการ)

- มุ่งมั่นส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการสร้างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจการให้สินเชื่อบริการโดยมีรับผิดชอบและเป็นธรรม เพื่อสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืน
- การสร้างวัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ โปร่งใส ตรวจสอบได้ และสนับสนุนการขับเคลื่อนองค์กรควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
- ส่งเสริมพนักงานให้ปฏิบัติตามนโยบายและแนวปฏิบัติที่สำคัญขององค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานการดำเนินงานสากลที่เกี่ยวข้อง

Osotspa (NSL)					
Income statement					
Year End Dec (Btm)	2021A	2022A	2023A	2024F	2025F
Sales	26,762	27,266	26,062	26,369	27,824
Cost of good sold	(17,527)	(18,915)	(17,059)	(17,532)	(17,592)
Gross Profit	9,236	8,350	9,003	8,837	10,232
SG&A	(6,070)	(6,500)	(6,769)	(6,771)	(6,854)
Other Income	516	216	582	226	706
EBIT	3,681	2,067	2,816	2,292	4,084
Depreciation & Amortization	1,471	1,551	1,498	1,523	1,526
EBITDA	2,210	516	1,318	769	2,558
Financial Costs	(96)	(89)	(108)	(131)	(127)
Pretax Profit	3,585	1,978	2,708	2,161	3,958
Tax	(664)	(369)	(431)	(517)	(775)
Net Profit before minority	2,921	1,609	2,278	1,644	3,183
Less Minority Interest	70	10	(21)	(21)	(21)
Net Profit before Extra.	2,992	1,619	2,257	1,623	3,162
Extraordinary items	(263)	(315)	(146)	0	0
Reported Net Profit	3,255	1,934	2,402	1,623	3,162
EPS (Bt)	0.64	0.99	1.14	1.50	1.76
Norm EPS (Bt)	0.64	0.99	1.11	1.50	1.76
Financial Position					
Year End Dec (Btm)	2021A	2022A	2023A	2024F	2025F
Cash in hand & at Banks	2,493	1,087	1,339	1,075	2,887
ST investment	0	0	0	1	1
Accounts receivable -net	3,660	4,051	4,390	3,369	3,457
Inventories	2,658	3,147	3,627	3,605	3,666
Other current assets	16	16	21	783	859
Total Current Assets	8,827	8,301	9,376	8,833	10,870
Property, Plant & Equipment	13,730	13,480	13,020	12,881	12,241
Others	4,584	4,373	2,006	1,559	1,559
Total Assets	27,142	26,154	24,402	23,273	24,670
Loans and O/D from banks	308	1,048	2,090	2,250	2,197
Account payable-trade	4,822	4,787	4,467	4,349	4,480
Current portion 1 yr L/T loans	0	0	0	0	0
Other current liabilities	400	229	294	234	179
Total Current Liabilities	5,530	6,064	6,852	6,833	6,856
Long-term liabilities	473	460	267	107	0
Other non-current liabilities	1,236	1,175	773	773	773
Total Liabilities	7,238	7,699	7,892	7,713	7,629
Paid-up share capital	3,004	3,004	3,004	3,004	3,004
Premium on share capital	11,848	11,848	11,848	11,848	11,848
Retained earnings	3,596	2,400	2,218	1,162	2,552
Other	1,437	1,212	(744)	(734)	(743)
Total Equity before MI	19,884	18,464	16,326	15,280	16,661
Minority Interest	19	(9)	184	279	379
Total Equity	19,904	18,455	16,510	15,559	17,040
Total Liabilities & Equity	27,142	26,154	24,402	23,272	24,669

Osotspa (NSL)					
Cash Flow Statement					
Year End Dec (Btm)	2021A	2022A	2023A	2024F	2025F
Net profit	3,255	1,934	2,402	1,623	3,162
Depreciation	1,518	1,598	1,548	1,598	1,526
Non-cash items	(182)	(1,380)	(2,029)	(1,971)	(1,114)
Chg in working capital	(1)	0	0	0	0
CF from Operating	4,591	2,151	1,922	1,249	3,574
PPE	(2,678)	(1,273)	(1,228)	(1,737)	(1,842)
Other Assets	1,620	449	3,939	3,939	3,939
CF from Investment	(1,058)	(824)	2,711	2,201	2,097
Capital Increase	0	0	0	0	0
Debt raised/(repaid)	(198)	579	555	571	434
Dividend	(3,303)	(3,304)	(4,956)	(5,065)	(6,281)
Other financing activities	0	0	0	0	0
CF from Financing	(3,501)	(2,724)	(4,401)	(4,494)	(5,846)
Inc. (Dec.) in cash	(37)	(1,407)	253	(264)	1,812
Beginning cash	2,531	2,630	1,087	1,339	1,075
Ending cash	2,493	1,087	1,339	1,075	2,887
Key Ratios					
Year End Dec (Bt mn)	2021A	2022A	2023A	2024F	2025F
Per Share (Bt)					
EPS	0.64	0.99	1.14	0.54	1.05
DPS	0.89	0.50	0.60	0.29	0.57
BV	6.62	6.15	5.44	5.09	5.55
Liquidity Ratio (x)					
Current Ratio	1.6	1.4	1.4	1.3	1.6
Quick Ratio	1.1	0.8	0.8	0.8	1.1
Profitability Ratio (%)					
Gross Margin	34.51%	30.63%	34.54%	33.51%	36.77%
EBITDA Margin	19.25%	13.27%	16.55%	14.47%	20.16%
EBIT Margin	13.75%	7.58%	10.80%	8.69%	14.68%
Net Margin	12.16%	7.09%	9.22%	6.16%	11.36%
ROE	16.37%	10.47%	14.71%	10.63%	18.98%
Effective Tax Rate (%)	18.5%	18.6%	15.9%	25.2%	24.4%
Efficiency Ratio					
ROA	11.99%	7.39%	9.84%	6.98%	12.82%
ROFA	17.8%	10.8%	16.0%	11.2%	22.9%
Leverage Ratio (x)					
Net Debt to Equity	0.36	0.42	0.48	0.51	0.46
Growth					
Sales Growth	4.61%	1.88%	-4.42%	1.18%	5.52%
EBITDA Growth	0.84%	-29.78%	19.23%	-11.55%	47.05%
Net Profit Growth	-7.12%	-40.59%	24.22%	-32.42%	94.76%
EPS Growth	-5.34%	55.72%	12.06%	-51.38%	94.76%
Valuation					
PER (x)	32.5	20.9	18.6	38.3	19.7
P/BV (x)	3.78	4.07	4.60	4.91	4.51
EV/EBITDA (x)	11.74	17.30	14.65	16.63	10.96
Dividend Yield (%)	4.29%	2.42%	2.90%	1.41%	2.74%

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 และได้มีการใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน ผลสำรวจดังกล่าวเป็นผลการสำรวจ 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 และได้ใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน

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