

Master Style - มาสเตอร์ สไตล์ (MASTER)

ชื่อ

ราคาเป้าหมายปี 2566 62.60 บาท

ปริมาณหุ้น (พาร์ 1.0 บาท) 240 ล้านหุ้น

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด เป็นผู้ร่วมจัดจำหน่ายและรับประกันการจัดจำหน่ายหุ้นสามัญเพิ่มทุนของ MASTER ในครั้งนี้ โดยการจัดทำเอกสารฉบับนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูลและบทความการวิเคราะห์เท่านั้น การตัดสินใจลงทุนขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของนักลงทุน



วุดน บhandarangkul
เลขทะเบียนบัตรวิเคราะห์ : 081151
E-mail: v-rin@trinitythai.com

MASTER ผู้ให้บริการความงามครบวงจร พร้อมเพิ่ม Capacity เท่าตัว

- MASTER เป็นผู้นำด้านความงามและศัลยกรรมครบวงจร
- ประมาณการรายได้และกำไรมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง คาดอัตราการเติบโตเฉลี่ยของรายได้ปี 2564-2567 (CAGR) ที่ร้อยละ 38.49 ต่อปี และกำไรเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 41.68 ต่อปี เติบโตในอัตราเร่งที่สูงกว่าการเติบโตของรายได้จากอัตราการทำการที่เพิ่มขึ้น
- IPO ครั้งนี้จะช่วยให้บริษัทสามารถใช้เป็นเงินทุนในการขยายห้องผ่าตัดอีก 10 ห้อง และเพิ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์ เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มบริการ ขยายพื้นที่ให้บริการ และใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
- ประเมิน Fair value สิ้นปี 2566 ที่ 62.60 บาท ด้วยวิธี DCF ถึง WACC ที่ 9.4% Terminal growth ที่ 3% และเทียบเท่า P/E ที่ 33.5X ใกล้เคียงค่าเฉลี่ยของบริษัทจดทะเบียนที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกัน

ความน่าสนใจในการลงทุน MASTER

- ผู้นำด้านความงามครบวงจร** : MASTER เป็นผู้นำด้านความงามและศัลยกรรมครบวงจร โดยจดทะเบียนเป็นโรงพยาบาลเฉพาะทางด้วยจำนวนเตียงจดทะเบียน 7 เตียง ภายใต้ชื่อ “โรงพยาบาลมาสเตอร์พีช” โดยทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่มีประสบการณ์และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านการศัลยกรรม อาทิเช่น ศัลยกรรมเสริมจมูก ศัลยกรรมยกคิ้ว และกรอหน้า ศัลยกรรมหน้าอก ศัลยกรรมดูดไขมันปรับรูปร่าง ศัลยกรรมตา ศัลยกรรมปรับโครงสรางรูปหน้า รวมถึงการปลูกผม ดูแลเส้นผม และให้บริการดูแลผิวพรรณและเลเซอร์ ด้วยวิวัฒนาการทางการแพทย์ที่ทันสมัยและได้รับมาตรฐานระดับสากล รองรับกลุ่มลูกค้าครอบคลุมทุกเพศ ทุกวัย และทุกช่วงราคา
- Capacity เพิ่มเท่าตัว** : วางแผนเพิ่มจำนวนห้องผ่าตัดขึ้นเป็น 17 ห้อง จาก 7 ห้อง จะทำให้บริษัท สามารถให้บริการได้สูงสุด 93,075 ชั่วโมงต่อปี นอกจากนี้ยังมีการขยายศูนย์บริการต่างๆ อุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับการศัลยกรรม การปลูกผมและดูแลเส้นผม และบริการดูแลผิวพรรณและเลเซอร์ พร้อมทั้งลงทุนก่อสร้างและปรับปรุงอาคารบนพื้นที่เช่าที่อยู่ติดกับอาคารปัจจุบัน เพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนห้องผ่าตัด
- การเติบโตของตลาดโดยรวม** : คาดว่าในช่วงปี 2565 ถึงปี 2573 ตลาดศัลยกรรมทั่วโลก คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย CAGR ที่ร้อยละ 9.6 ต่อปี โดยที่ผ่านมามีปี 2560-2562 ตลาดเสริมความงามของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้เข้ารับบริการศัลยกรรมเฉลี่ย 130,000 คน ทั้งแบบผ่าตัดศัลยกรรมและการดูแลผิวพรรณ ปัจจัยการเติบโตที่สำคัญมาจากการที่ผู้คนให้การยอมรับและเปิดกว้างเรื่องการเสริมความงามมากขึ้น และให้ความสำคัญกับการดูแลตนเองมากขึ้น
- แนวโน้มผลการดำเนินงานการเติบโตอย่างต่อเนื่อง** : คาดบริษัทมีความสามารถในการทำกำไรดีขึ้น โดยประมาณการกำไรสุทธิปี 2565-2567 จำนวน 293.67 ล้านบาท 448.76 ล้านบาท และ 589.51 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นการเติบโตในอัตราเฉลี่ย (CAGR) ที่ร้อยละ 41.68 ต่อปี ปัจจัยหนุนจากการเพิ่มจำนวนแพทย์ และการเพิ่มขึ้นของ Capacity ในการให้บริการ และการปรับราคาบริการ พร้อมทั้งเน้นควบคุมระบบเพื่อให้อัตราการทำไในระดับสูงต่อเนื่อง

Financial Highlights

Year-End:	2563A	2564A	2565F	2566F	2567F
Sales and Services (Bt mn)	611	660	1,379	2,196	2,645
EBITDA (Bt mn)	187	212	377	592	800
Net Profit (Bt mn)	129	163	294	449	590
EPS (Bt)	1.27	1.61	1.22	1.87	2.46
EV/EBITDA (x)	N/A	N/A	25.28	16.42	12.19
PER(x)	N/A	N/A	49.03	32.09	24.43
P/BV (x)	N/A	N/A	3.36	3.19	3.00
DPS(Bt)	N/A	2.50	0.61	0.93	1.23
Div Yield (%)	N/A	N/A	1%	2%	2%
ROE (%)	50%	98%	7%	10%	12%

Source: Company, Trinity Research

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

MASTER เป็นผู้ประกอบกิจการสถานพยาบาลเอกชน โดยจดทะเบียนเป็นโรงพยาบาลเฉพาะทางด้วยจำนวนเตียงจดทะเบียน 7 เตียง ภายใต้ชื่อ “โรงพยาบาลมาสเตอร์พีช” ให้บริการด้านศัลยกรรมความงามครบวงจร โดยนายแพทย์ธีรวัฒน์ มาศมมาด เป็นผู้ก่อตั้ง ต่อมาในปี 2561 บริษัทฯ ได้ยื่นขอใบอนุญาตเป็นโรงพยาบาลเฉพาะทางภายใต้ชื่อ โรงพยาบาลมาสเตอร์พีช เพื่อให้บริการด้านการศัลยกรรมครบวงจรโดยทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่มีประสบการณ์และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านการศัลยกรรม อาทิเช่น ศัลยกรรมเสริมจมูก ศัลยกรรมยกคิ้วและกรอบหน้า ศัลยกรรมหน้าอก ศัลยกรรมดูดไขมัน ปรับรูปร่าง ศัลยกรรมตา ศัลยกรรมปรับโครงสร้างใบหน้า เป็นต้น รวมถึงการปลูกผม ดูแลเส้นผม และให้บริการดูแลผิวพรรณและเลเซอร์ ด้วยวิวัฒนาการทางการแพทย์ที่ทันสมัยและได้รับมาตรฐานระดับสากล โดย ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 โรงพยาบาลมาสเตอร์พีชมีแพทย์ 41 ท่าน บุคลากร 533 คน และพื้นที่ให้บริการ 4,267 ตารางเมตร

ในปี 2565 โรงพยาบาลมาสเตอร์พีช ได้ทำข้อตกลงกับสถาบันสอนอบรมศัลยแพทย์ชื่อดังของประเทศเกาหลี คือ สถาบัน Korean College of Cosmetic Surgery (KCCS) และสถาบัน Face Design ซึ่งเป็นสถาบันที่ได้รับการยอมรับจากศัลยแพทย์ในหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ที่มีความสนใจในการทำศัลยกรรมแบบเทคนิคเกาหลี ทางโรงพยาบาลฯ มีความสนใจในการทำศัลยกรรมเทคนิคดังกล่าวจึงได้ทำข้อตกลงกับทั้งสองสถาบันเพื่อร่วมกันคัดเลือกอาจารย์แพทย์จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านศัลยกรรมโครงหน้าบุ๋บโหนกคิ้ว คัดจมูกตาและจมูก และหัตถการดูแลผิวพรรณ โดยอาจารย์แพทย์ทั้ง 3 ท่าน มาประจำการที่โรงพยาบาลมาสเตอร์พีชและให้คำปรึกษาระหว่างแพทย์กับแพทย์ เพื่อยกระดับการให้บริการศัลยกรรมความงามของโรงพยาบาลมาสเตอร์พีช

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

1.บริการด้านศัลยกรรม

โรงพยาบาลฯ ใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุทางการแพทย์ และเทคโนโลยีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานและความปลอดภัยจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในการให้บริการศัลยกรรม 8 ประเภท

1.1 ศัลยกรรมเสริมจมูก :

- ศัลยกรรมเสริมจมูกด้วยเทคนิคปรับโครงสร้าง (Open Nose Reconstruction)
- ศัลยกรรมเสริมจมูกแบบปิด (Closed Rhinoplasty)
- ศัลยกรรมตัดปีกจมูก (Alar Reduction)

1.2 ศัลยกรรมตา :

- ศัลยกรรมตาสองชั้น
- ศัลยกรรมแก้ไขหนังตาตก
- ศัลยกรรมเปิดหัวตา (Epicanthoplasty) หรือการเปิดหัวตาและหางตา (Skin Flap)
- ศัลยกรรมแก้ไขกล้ามเนื้อตาอ่อนแรง แก้ไขตาตก
- ศัลยกรรมจัดเรียงไขมันใต้ตาหรือกำจัดถุงใต้ตา
- ศัลยกรรมเติมชั้นใต้ตา (Dolly Eyes)

- 1.3 ศัลยกรรมยกคิ้ว ยกหางตา ดึงหน้าผาก (Brow Lift and Face Lift) :
- ศัลยกรรมยกคิ้ว เป็นศัลยกรรมที่แก้ไขปัญหาระยะห่างระหว่างคิ้วและดวงตาชิดเกินไป ไม่ได้สัดส่วน เหมาะสำหรับผู้ที่มีปัญหารูปตาตกมาก ขันตาเหี่ยวย่น หางตาตกทำให้ดูมีอายุ ดวงตาดูหมองเศร้าไม่สดใส ศัลยกรรมยกคิ้วแบ่งออกได้ดังนี้
- ศัลยกรรมยกคิ้วผ่านกล้องเทคนิค (Endoscopic Brow Lift)
 - ศัลยกรรมดึงหน้าต่อนกลางแบบส่องกล้อง (Endoscopic Mid Face Lift)
 - ศัลยกรรมผ่าตัดดึงหน้า (Full Face Lift and Neck Lift)
- 1.4 ศัลยกรรมหน้าอก :
- การศัลยกรรมเสริมหน้าอกถือเป็นหนึ่งในหัตถการที่ได้รับความนิยมอย่างมากของโรงพยาบาล มีดังนี้
- ศัลยกรรมเสริมหน้าอกด้วยซิลิโคน
 - ศัลยกรรมยกกระชับทรวงอก
 - ศัลยกรรมแก้ไขหน้าอกที่เกิดจากการทำศัลยกรรมหน้าอกมาก่อน
 - ศัลยกรรมลดขนาดทรวงอก
 - ศัลยกรรมแก้ไขขนาดหัวนม แก้ไขขนาดปานนม
- 1.5 ศัลยกรรมดูดไขมันและแก้ไขรูปร่าง :
- ศัลยกรรมดูดไขมัน Vaser Liposuction
 - การศัลยกรรม Facial Vaser Liposuction
 - ศัลยกรรมดูดไขมันสร้างรูปกล้ามเนื้อหน้าท้อง Six Pack Liposuction
 - ศัลยกรรมเติมไขมันด้วยเทคนิค Fat Transfer
 - ศัลยกรรมยกกระชับผิวหลังดูดไขมันด้วยเครื่อง J-Plasma
- 1.6 ศัลยกรรมดัดหนังหน้าท้อง :
- เหมาะกับลูกค้าที่มีปัญหาหน้าท้องใหญ่ ท้องแตกลาย ท้องหย่อนคล้อยและผิวหนังบริเวณหน้าท้องไม่กระชับ และศัลยกรรมดัดหนังแขน เพื่อแก้ปัญหาของท้องแขนที่หย่อนยาน หลังการลด ซึ่งการทำผ่าตัดจะใช้เทคนิคเฉพาะ Diamond Line Arms Lift จะทำให้แผลมีขนาดเล็ก และซ่อนแผลได้ร่มผ้า ศัลยกรรมปรับโครงสร้างใบหน้า
- 1.7 ศัลยกรรมปรับโครงสร้างใบหน้า :
- ศัลยกรรมลดโหนกแก้มเป็นการผ่าตัดเพื่อแก้ไขปัญหโหนกแก้มใหญ่
 - ศัลยกรรมตัดกรามเป็นการผ่าตัดกระดูกกราม
 - ศัลยกรรมโครงหน้าวีไลน์ (V-Line)
 - ศัลยกรรมเลื่อนคาง
 - ศัลยกรรมตัดไขมันกระพุ้ง
 - ศัลยกรรมเสริมคาง
 - ศัลยกรรมปากกระชับ

1.8 ศัลยกรรมอื่นๆ ได้แก่ ศัลยกรรมแก้ไขใบหู ศัลยกรรมเสริมหน้าผาก รวมถึงศัลยกรรมด้านสุขภาพทางเพศ เช่น ศัลยกรรมเพศชาย ศัลยกรรมจุดซ่อนเร้น ศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น

2.บริการปลูกผมและดูแลเส้นผม

2.1 การปลูกผมถาวรแบบไม่ต้องผ่าตัดแบบ FUE (Follicular Unit Extraction: FUE) โดยเป็นการปลูกผมแบบเส้นต่อเส้นด้วยเทคนิคพิเศษ และความชำนาญของทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการปลูกผม ทำให้สามารถปลูกผมได้โดยไม่เกิดแผล หรือสร้างผลกระทบกับลูกค้าน้อยที่สุด ลูกค้าที่รับบริการปลูกผมแบบ FUE จึงไม่ต้องพักฟื้นเพราะไม่มีแผลภายหลังการผ่าตัดและสามารถใช้ชีวิตปกติหลังจากปลูกผมได้ทันที

2.2 การทำทรีตเมนต์ผม (Hair Treatment) สำหรับลูกค้าที่ต้องการดูแลเส้นผมแบบล้ำลึก ยกกระตือรือร้นการรักษากว้างขวาง ผมบาง หนังศีรษะล้าน อย่างครอบคลุม โดยวิธีการทำทรีตเมนต์ผม (Hair Treatment) ทั้งหมด 4 ประเภท มีรายละเอียดดังนี้

-Hair Booster Essence คือเทคนิคการฉีดยาเข้าสู่ชั้นผิวหนังโดยตรงเพื่อรักษาอาการผมร่วงและบำรุงบริเวณรากผม

-Hair Stem Cell Essence (PRP) คือเทคนิคที่นำเลือดของลูกค้ามาปั่นเพื่อแยกเซลล์ต้นกำเนิดออกมาในรูปแบบของเกล็ดเลือดและนำไปฉีดบริเวณ

-Dermis Cool Hair Treatment คือนวัตกรรมนำวิตามินเข้าสู่หนังศีรษะที่มีประสิทธิภาพฟื้นฟูลึกถึงรากผม

-3M Treatment คือการสกัดวิตามินเข้าสู่หนังศีรษะ การผลัดวิตามินเข้าสู่ผิวหนังชั้นลึกโดยใช้คลื่นพลังงานไฟฟ้า

3.บริการดูแลผิวพรรณ (Skin)

ในบางหัตถการที่เป็นการทำครั้งเดียว เช่น การฉีดโบท็อกซ์ การฉีดสารเติมเต็ม เป็นต้น เมื่อแพทย์ให้บริการเสร็จถือเป็นการจบการให้บริการ แต่ในกรณีการให้บริการดูแลผิวพรรณที่มีลักษณะเป็นโปรแกรมคอร์ส

3.1 การทำเลเซอร์

-eMatrix รักษาหูดผิวหนัง

-Discovery Pico รักษาผิวหนัง ให้ผลลัพธ์เป็นใบหน้าเรียบเนียน

-V-Beam เลเซอร์รักษารอยแดงจากสิวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

-Spectra Gold เลเซอร์หน้ากระชับ

-Intense Pulse Light (IPL) เลเซอร์ปรับผิวเรียบเนียน

-Motive (Diode Laser) กำจัดขน

-YAG กำจัดขน

-C&B (Clear and Brilliant)

3.2 การทำ Botox

-Botox (โบท็อกซ์) หรือ Botulinum toxin เป็นสารประเภทโปรตีนบริสุทธิ์จากธรรมชาติ ทำให้รูปหน้าเรียบ ลดเลือนให้ริ้วรอยดูจางลง ผิวกระชับเรียบเนียนขึ้น และช่วยยับยั้งกระบวนการผลิตเหงื่อ การฉีดโบท็อกซ์จึงได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากไม่มีระยะที่ต้องพักฟื้น และไม่มีผลเป็นภายหลังการทำ

-Filler เติมร่องลึก ปรับรูปหน้าเรียบ ยกกระชับผิว

-Thermage เลเซอร์กระชับผิวหนัง กระตุ้นคอลลาเจน กระชับรูขุมขน

-HIFU เลเซอร์ปรับหน้าเรียบ และกระชับกรอบหน้า

-Ultra-Lifting เลเซอร์ปรับหน้าเรียว และกระชับกรอบหน้า

3.3 การทำทรีตเมนต์

- Dermis Cool การผลักวิตามินเข้าสู่ผิวอย่างล้ำลึก
- Triple Bright การผลักวิตามินเข้าสู่ผิวอย่างล้ำลึก
- Meno Aura สะกิดผิว มาส์กผิว และผลักวิตามินเข้าสู่ผิว
- Face Cell บำรุงผิวหน้าอย่างล้ำลึกเพื่อผิวเปล่งปลั่งเรียบเนียน
- การเติมวิตามินรวม (SUPER AURA)

3.4 กระชับสัดส่วน

- Master Slim Line ปากกาดความอยากอาหาร
- EXILIS สลายไขมัน ปรับสัดส่วนทั่วเรือนร่าง

4.การขายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการหลังศัลยกรรม (Product Sales and Aftercare)

โรงพยาบาลฯ มีบริการดูแลลูกค้าหลังทำศัลยกรรมและบริการปลูกผม อาทิเช่น โปรแกรมหลังศัลยกรรมเสริมหน้าอกโดยการกระตุ้นไฟฟ้า การฉายแสง และการนวดกระชับหน้าอกโดยนักกายภาพบำบัด โปรแกรมดูแลหลังการศัลยกรรมดูดไขมัน โดยการใช้คลื่นพลังงานความถี่วิทยุ (Radio Frequency: RF) เพื่อช่วยสลายเซลล์ไขมันและพังพืดกระชับสัดส่วน โดยลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้หลังจากดูดไขมันไปแล้ว 1 เดือนขึ้นไป ซึ่งสามารถเข้ามาทำได้อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง โปรแกรมดูแลหลังการปลูกผม เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงการขายผลิตภัณฑ์ดูแลตนเองหลังศัลยกรรมอีกด้วย เช่น Support Bra สำหรับศัลยกรรมเสริมหน้าอก ผ้ารัดหน้าผากสำหรับศัลยกรรมยกคิ้ว เป็นต้น

ลูกค้าจะได้รับการบริการจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญโดยตรงตามข้อกำหนดของแพทยสภา และมีพยาบาลเป็นผู้ช่วยของแพทย์ตามขอบเขตการทำงานของพยาบาล ที่โรงพยาบาลฯ ได้กำหนดไว้ นอกจากนี้ในกระบวนการการทำหัตถการ มีการลงนามในแต่ละขั้นตอนของแพทย์ผู้ผ่าตัด ในหัตถการผิวหนัง เช่น การเลเซอร์ เป็นต้น ผู้ที่ลงนามใน Operation Note จะต้องเป็นแพทย์เท่านั้น ซึ่งบริษัทฯ มีการตรวจสอบอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าการให้บริการของโรงพยาบาลฯ คำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

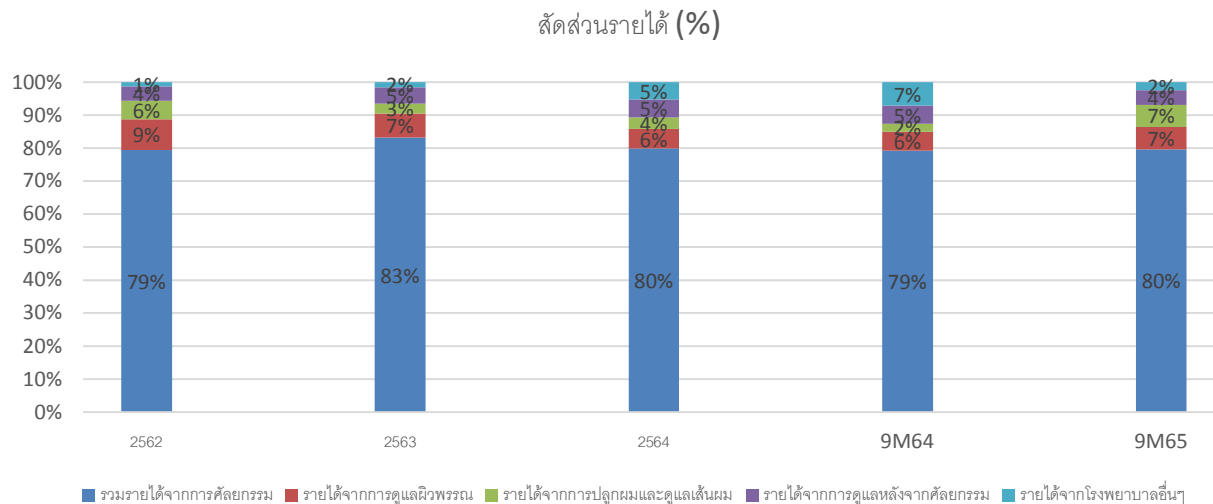
5.บริการด้านกิจการโรงพยาบาลอื่นๆ

นอกจากการให้บริการตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว โรงพยาบาลฯ ยังมีรายได้จากบริการด้านกิจการโรงพยาบาลอื่นๆ เช่น การตรวจสุขภาพก่อนเข้ารับการรักษา เป็นต้น

Exhibit 1: โครงสร้างรายได้ปี 2562-2564 และ 9M64-9M65

โครงสร้างรายได้จากการประกอบ กิจการโรงพยาบาล	สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุด วันที่ 30 กันยายน			
	2562		2563		2564		2564		2565	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการศัลยกรรม										
- ศัลยกรรมเสริมจมูก	114.96	27.77	195.44	31.98	224.15	33.99	155.55	36.00	251.19	24.84
- ศัลยกรรมหน้าอก	79.67	19.24	134.52	22.01	90.29	13.69	61.17	14.16	100.71	9.96
- ศัลยกรรมดูดไขมัน	51.47	12.43	77.23	12.64	67.19	10.19	42.13	9.75	92.79	9.18
- ศัลยกรรมยกคิ้ว	21.46	5.18	28.20	4.61	46.20	7.01	20.89	4.83	121.08	11.98
- ศัลยกรรมอื่นๆ	61.52	14.86	72.66	11.89	98.96	15.01	62.72	14.51	239.26	23.66
รวมรายได้จากการศัลยกรรม	329.08	79.48	508.05	83.14	526.79	79.88	342.46	79.25	805.03	79.62
รายได้จากการดูแลผิวพรรณ	38.39	9.27	44.72	7.32	39.00	5.91	24.57	5.69	68.10	6.74
รายได้จากการปลูกผมและดูแลเส้นผม	22.83	5.51	18.33	3.00	23.32	3.54	10.67	2.47	68.58	6.78
รายได้จากการดูแลหลังจากศัลยกรรม	18.16	4.39	30.21	4.94	35.73	5.42	23.38	5.41	44.83	4.43

Source: Company Data, Trinity Research

Exhibit 2: สัดส่วนรายได้ปี 2562-2564 และ 9M64-9M65 (%)


Source: Company Data, Trinity Research

Exhibit 3: ตัวอย่างโรงพยาบาล



Source: Company Data

ช่องทางการจำหน่ายและลูกค้าเป้าหมาย

บริษัทมีสถานประกอบการแห่งเดียว คือ โรงพยาบาลมาสเตอร์พีซ ตั้งอยู่ที่ 115/10 ถนนสุขุทัย แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

บริษัท มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทาง Agency/Partner ซึ่งเป็นบุคคลหรือนิติบุคคลที่มีความสนใจในการทำศัลยกรรมและมีกลุ่มลูกค้าที่อยากแนะนำให้มาทำศัลยกรรมกับทางโรงพยาบาลฯ โดยบริษัท มีการกำหนดคุณสมบัติและค่าตอบแทนที่ชัดเจนให้แก่ Agency/Partner ทั้งนี้ บริษัท มีนโยบายไม่รับบุคคลหรือนิติบุคคลที่มีส่วนได้เสียกับพนักงานของบริษัทฯ ซึ่งในปี 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัท มีรายได้ที่เกิดจากการแนะนำของ Agency/Partner คิดเป็นร้อยละ 5.5 และ 10.40 ของรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาล ตามลำดับ

ช่องทางการสื่อสารแบบออฟไลน์ (Offline) ลูกค้าสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้ด้วยตนเองที่โรงพยาบาลฯ หรือผ่านเบอร์โทรศัพท์ส่วนกลาง เพื่อสอบถามข้อมูลเบื้องต้นและทำนัดเพื่อพบแพทย์

ช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์ (Online) สามารถสอบถามข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ของโรงพยาบาลฯ เช่น Website หลักของโรงพยาบาลฯ หรือผ่านทางแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Instagram และ Line Official เนื่องจากเป็นช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว และสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าส่วนใหญ่ที่จะทำการศึกษาค้นหาข้อมูลการเสริมความงามมา

ก่อนการตัดสินใจ เช่น ศึกษาจากการแชร์ข้อมูลการเสริมความงามในสื่อโซเชียลมีเดียหรือการรีวิว ศึกษาแพทย์ที่มีชื่อเสียง และศึกษาราคาเบื้องต้นในการทำหัตถการที่ถูกค่าสนใจ ซึ่งการที่โรงพยาบาลฯ มีช่องทางการสื่อสารที่อยู่ในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ส่งผลต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์การสื่อสารระหว่างโรงพยาบาลฯ และลูกค้า รวมถึงช่องทางการสื่อสารแบบออนไลน์ยังเป็นเครื่องมือทำการตลาดที่สำคัญของโรงพยาบาลฯ และมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี ทั้งในรูปแบบการโฆษณากระจายข้อมูล และการโฆษณาเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทฯ เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าอายุน้อยกว่า 25 ปี

ในปัจจุบัน การทำศัลยกรรมได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้อายุของผู้ที่สนใจรับการศัลยกรรมลดลง ลูกค้าในช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ทำศัลยกรรมครั้งแรก โดยนิยมทำศัลยกรรมพื้นฐาน เช่น ศัลยกรรมเสริมตาสองชั้น ศัลยกรรมเสริมจมูก

2. กลุ่มลูกค้าในช่วงอายุ 25-50 ปี

กลุ่มลูกค้าในช่วงวัยทำงานหรือวัยกลางคนช่วงอายุ 25-50 ปี เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ นิยมในการทำศัลยกรรมมีหลากหลายในทุกรูปแบบ อาทิเช่น การศัลยกรรมเสริมตาสองชั้น ศัลยกรรมเสริมจมูก ศัลยกรรมเสริมหน้าอก ศัลยกรรมดูดไขมันแก้มไขว้ปร้าง ศัลยกรรมปลูกผม เป็นต้น ลูกค้าที่อยู่ในช่วงวัยทำงานหรือวัยกลางคนสามารถทำศัลยกรรมได้ทุกรูปแบบ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเน้นเสริมความงาม เพิ่มความมั่นใจให้แก่ตนเอง

3. กลุ่มลูกค้าในช่วงอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป

กลุ่มลูกค้าในช่วงอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ ส่วนใหญ่จะเน้นการศัลยกรรมเพื่อคงสภาพเดิมของใบหน้าและร่างกาย เช่น การศัลยกรรมยกคิ้ว ดึงหน้าผาก เพื่อลดความหย่อนคล้อยที่เกิดจากวัย การศัลยกรรมตัดหนังหน้าท้อง ตัดหนังต้นแขน การปลูกผมเพื่อแก้ไขอาการหัวล้าน หัวล้าน ผมบาง ซึ่งเกิดได้ทั้งในเพศชายและเพศหญิง เป็นต้น การศัลยกรรมไม่เพียงแต่เป็นการเสริมความงามเท่านั้น ในการศัลยกรรมบางประเภทยังเป็นการรักษาได้อีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น การศัลยกรรมตาสองชั้นแก้ไขอาการกล้ามเนื้ออ่อนแรง หรืออาการหนังตาตกจนก่อให้เกิดอาการขนตาที่มึนลูกตา เป็นต้น

ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ภาวะอุตสาหกรรมศัลยกรรม

ในปี 2564 รายงานของ Grand View Research พบว่าตลาดศัลยกรรมทั่วโลกมีมูลค่ากว่า 63.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐหรือคิดเป็นประมาณ 2.2 ล้านล้านบาท และคาดว่าจะในช่วงปี 2565 ถึงปี 2573 ตลาดศัลยกรรมทั่วโลกคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย CAGR ที่ร้อยละ 9.6 ต่อปี (ที่มา: Grand View Research. Cosmetic Surgery and Procedure Market Report, 2022-2030)

ด้าน Allied Market Research คาดว่ามูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลกในปี 2566 จะมีมูลค่าประมาณ 3.7 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 เล็กน้อย และอาจแตะระดับ 8.5 ล้านล้านบาท ในปี 2570 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 12.8 ต่อปี (CAGR ปี 2562-2570) โดยคาดว่าจะสัดส่วนนักท่องเที่ยวเชิง

การแพทย์ที่ใช้บริการด้านทันตกรรม (Dental Treatment) คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาเป็นการบริการและศัลยกรรมความงามร้อยละ 23 (Cosmetic Treatment) และการบริการรักษาภาวะมีบุตรยากร้อยละ 19 (Fertility Treatment) (ที่มา: Krungthai COMPASS. (2565) รีเสิร์ช Medical Hub พาเศรษฐกิจไทยฝ่าวิกฤตโควิด-19)

สมาคมศัลยกรรมตกแต่งใบหน้าแห่งประเทศไทย พบว่า ที่ผ่านมามีปี 2560-2562 ตลาดเสริมความงามของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้เข้ารับบริการศัลยกรรมเฉลี่ย 130,000 คน ทั้งแบบผ่าตัดศัลยกรรมและการดูแลผิวพรรณ ปัจจัยการเติบโตที่สำคัญมาจากการที่ผู้คนให้การยอมรับและเปิดกว้างเรื่องการเสริมความงามมากขึ้น และให้ความสำคัญกับการดูแลตนเองมากขึ้น (ที่มา: กรุงเทพธุรกิจ. (2564). จับตา “ตลาดศัลยกรรมความงาม” หลัง “เปิดประเทศ”)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระบุว่า ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านความงามอันดับที่ 3 ของเอเชีย สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการด้านความงามและศัลยกรรม เพราะชาวต่างชาติเชื่อมั่นในประสบการณ์ และมีมือความชำนาญของแพทย์ไทยที่มีมาตรฐานใกล้เคียงกับโรงพยาบาลในยุโรปไทย จึงเลือกมาทำศัลยกรรมที่ประเทศไทย ในขณะที่ปี 2563-2564 ตลาดเสริมความงามมีการชะลอตัว เนื่องจากกังวลเรื่องความปลอดภัยจากการติดเชื้อโควิด-19 ปัจจัยทางเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่ลดลง และการปิดประเทศที่ส่งผลให้ลูกค้าต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามาทำศัลยกรรมในประเทศไทยได้ อันเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างไรก็ตาม โรงพยาบาลหรือคลินิกที่ให้บริการเสริมความงามมีการปรับตัวโดยมีมาตรการต่างๆ ในการป้องกันการแพร่ระบาด รวมถึงการติดเชื้อโควิด-19 เพื่อให้ลูกค้าที่มีความต้องการเข้ารับบริการมีความมั่นใจและปลอดภัย รวมถึงลูกค้าบางกลุ่มซึ่งถือโอกาสในช่วงโควิด-19 ในการเข้ารับบริการศัลยกรรมเนื่องจากหลังเข้ารับบริการศัลยกรรมไม่ต้องเดินทางไปทำงาน สามารถพักที่บ้านได้ เช่น การถอดซิลิโคนเสริมหน้าอก การปลูกถ่ายเนื้อไขมันย้าย ศัลยกรรม ของปาก และขากรรไกร ปรับรูปหน้าเรียว (Maxillofacial) เป็นต้น นอกจากนี้ ข้อมูลจากกรุงเทพธุรกิจในเดือนพฤศจิกายน 2564 รายงานว่ามีการคาดการณ์ว่าตลาดศัลยกรรมไทยจะฟื้นตัวเติบโตร้อยละ 15.0-20.0 หลังจากเปิดประเทศที่จะส่งผลให้ลูกค้าต่างชาติเข้ามาทำศัลยกรรมในประเทศไทย (ที่มา:ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). ศัลยกรรมไทย 4 หมื่นล้าน ดึงค์ก่งสัญญาณฟื้นคืนโต 15-20%)

ปัจจุบัน ราคาศัลยกรรมความงามในสถานพยาบาลระดับใหญ่ล้วนมีราคาสูง และมีแนวโน้มจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีเหตุผลมาจากต้นทุนทั้งในเรื่องของเครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคนิคการผ่าตัดของศัลยแพทย์ ซึ่งมีการนำเทคโนโลยีอันทันสมัยเข้ามาช่วยวิเคราะห์ก่อนทำการผ่าตัดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับเทรนด์ในการทำศัลยกรรมของลูกค้ายุคใหม่ที่ต้องการดูดีหรือสวยในแบบของตนเองไม่เหมือนใคร และพร้อมจ่ายเพื่อสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อตัวเอง ทั้งนี้ ลูกค้าต้องการการปรึกษาหรือวิเคราะห์จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญก่อนที่จะตัดสินใจทำศัลยกรรมเพื่อมั่นใจในผลที่ได้จากการเข้ารับบริการ (ที่มา: ศูนย์ศัลยกรรมความงามโรงพยาบาลบางมด. เจาะพฤติกรรมหนุ่ม-สาวศัลยกรรมยุคใหม่ ไม่ขอเหมือนใครและไม่สนราคา)

ตลาดเสริมความงามเติบโตอย่างมากในช่วงก่อนโควิด-19 ส่งผลให้นักลงทุนเข้ามาเปิดคลินิกเสริมความงามจำนวนมาก และทำให้การแข่งขันในธุรกิจศัลยกรรมค่อนข้างสูง เจ้าของธุรกิจต้องแข่งขันในเรื่องของราคาและโปรโมชั่นต่างๆ จากการรวบรวมข้อมูลของสำนักข่าวผู้จัดการคาดการณ์ว่าในช่วงปี 2562 คลินิกความงามในประเทศไทยมีจำนวนรวมกว่า 3,000-4,000 แห่ง แบ่งออกเป็น 1) เป็นโรงพยาบาล 2) กลุ่มคลินิกที่มีสถานประกอบการหลายสาขา และ 3) เป็นคลินิกทั่วไป (ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์. (2562). คลินิกความงาม ทะเลเดือด คนในอยากออก คนนอกอยากเข้า) ทั้งนี้ ปี 2563-2564 คลินิกบางรายปิดให้บริการหรือลดจำนวนสาขาลง เนื่องจากแบกรับภาระค่าเช่าและพนักงานไม่ไหว จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างไรก็ตาม หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

คล้าย จำนวนคลินิกเสริมความงามคาดว่าจะมีการเปิดจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องจากเปิดดำเนินการได้ง่ายและไม่มีความซับซ้อน

แนวโน้มทางการตลาดและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

ในอดีตการทำศัลยกรรมตกแต่งและความงามเป็นการแก้ไขความบกพร่องทางใบหน้า อันเนื่องมาจากความบกพร่องแต่กำเนิดหรือจากการได้รับอุบัติเหตุ เพื่อให้สามารถใช้ชีวิตในสังคมได้ตามปกติ การทำศัลยกรรมคอนข้างยุ่งยากและมีความซับซ้อนต้องใช้เวลาในการผ่าตัดนานและได้ผลลัพธ์ไม่ดีเท่าที่ควร ต่อมาวิทยาการทางการแพทย์ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการคิดค้นเทคนิคใหม่ ใช้วัสดุอุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ดีขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการทำศัลยกรรมเพิ่มมากขึ้น การทำศัลยกรรมจึงไม่ใช่เพียงแค่ความสวยงามเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนาบุคลิกภาพให้ดูดีเป็นที่ยอมรับ โดยการเสริมแต่งให้ดูดีเป็นธรรมชาติ เพื่อเพิ่มความมั่นใจและการแสดงถึงความเอาใจใส่ตนเอง ในปัจจุบันการทำศัลยกรรมมีความแพร่หลาย และไม่จำเป็นต้องปกปิดอีกต่อไป ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้ผู้บริโภคนิยมทำศัลยกรรมมากขึ้น คือการได้รับอิทธิพลจากดารานักแสดงหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสความนิยมดารานักแสดงจากประเทศเกาหลี เนื่องจากดารานักแสดงเกาหลีให้ความสำคัญกับการมีใบหน้าที่สวยงาม และมองว่าการทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมความงามเป็นสิ่งจำเป็น โดยส่วนใหญ่นิยมทำตาสองชั้นให้มีดวงตากลมสดใส ทำจมูกให้โด่งสวย และทำหน้ารูปตัว V (V-Line) ให้โครงหน้าเล็กได้รูป นอกจากนี้ ยังมีการเผยแพร่รูปภาพทั้งก่อนทำและหลังทำศัลยกรรมตามสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจอยากทำศัลยกรรมตกแต่งเสริมความงามให้มีความสวยงามเหมือนดารานักแสดงหรือเกาหลี ในขณะเดียวกัน กลุ่มอายุของผู้บริโภคที่อยากทำศัลยกรรมขยายวงกว้างขึ้น ไม่ได้จำกัดแต่เพียงกลุ่มคนวัยทำงานหรือกลุ่มวัยรุ่น ยังรวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ จึงส่งผลให้วงการศัลยกรรมเติบโตอย่างรวดเร็ว และยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะหนุนความต้องการใช้บริการสถานเสริมความงามที่ซับซ้อนและเทคโนโลยีที่สูงมากขึ้น โดยในปี 2565 ประเทศไทยมีผู้สูงอายุหรือผู้ที่อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 12.1 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.3 ทั้งนี้ เลขาธิการมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.) คาดว่า ปี 2565 ประเทศไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20.0 ของประชากรทั้งประเทศ และอีก 9 ปีข้างหน้า ในปี 2574 จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super-Aged Society) มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเกินกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งประเทศ (ที่มา: TNN ONLINE. (2565). ปี 2565 ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มตัว)

2. นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ

การส่งเสริมให้ไทยเป็น “ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ” ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ที่จัดทำโดย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สอดคล้องกับกระแส “นโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก จากข้อมูลของ Allied Market Research คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยในปี 2566 จะมีมูลค่าประมาณ 3.1 แสนล้านบาท และอาจแตะระดับ 7.6 แสนล้านบาท ในปี 2570 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละร้อยละ 13.2 (CAGR ปี 2562-2570) โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทยประมาณ 7.7 ล้านคน ตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยมีโอกาสเติบโตตามเทรนด์ของโลก เนื่องจากไทยมีความพร้อมและมีปัจจัยสนับสนุนที่แข็งแกร่ง และยังเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญอันดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ทั่วโลก ทั้งนี้ จากข้อมูลปี 2562 พบว่า

นักท่องเที่ยวยังคงเดินทางเข้าประเทศไทยนิยมใช้บริการ “ทันตกรรม” มากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 38 ของจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทย ขณะที่ “การศัลยกรรมความงาม” สร้างรายได้มากที่สุดกว่า 6.9 หมื่นล้านบาท (ที่มา: Krungthai COMPASS. (2565). รีเสิร์ช Medical Hub พาเศรษฐกิจไทยฝ่าวิกฤตโควิด-19)

3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้สื่อออนไลน์

ในปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นหนึ่งในเครื่องมือการตลาดที่สำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้แบบ Real-time นอกจากนี้ยังช่วยให้เข้าใจความต้องการของผู้บริโภคและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจสามารถขยายฐานการตลาดและกลุ่มลูกค้า โดยมีต้นทุนต่ำกว่าการตลาดแบบดั้งเดิม ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้สื่อออนไลน์ในการหาข้อมูล รวมถึงเป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ ดังนั้น การติดต่อสื่อสาร การแจ้งข้อมูลข่าวสาร โปรโมชั่น หรือการให้คำปรึกษาทางไกลโดยผู้เชี่ยวชาญด้วยสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Instagram และ Line Official จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการทำตลาดในยุคปัจจุบันในทุกธุรกิจและรวมถึงธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามด้วย

ภาวะการแข่งขัน

โรงพยาบาลฯ ต้องเผชิญภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง จากการเปิดตัวหรือการขยายสาขาของโรงพยาบาลหรือคลินิกเป็นจำนวนมากในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โรงพยาบาลฯ มีคู่แข่งโดยตรงเป็นโรงพยาบาลหรือคลินิกเอกชนที่ให้บริการเสริมความงามเฉพาะทางทั้งรายใหญ่และรายย่อย

โรงพยาบาลฯ วางตำแหน่งและกลยุทธ์ในการแข่งขันโดยมุ่งเน้นการให้บริการด้านศัลยกรรมในมาตรฐานโรงพยาบาล พร้อมทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ปลอดเชื้อได้มาตรฐาน มีระบบห้องผ่าตัดที่ทันสมัย รวมถึงมีทีมแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความสามารถ

รายได้และกำไรของโรงพยาบาลหรือคลินิกที่ให้บริการเสริมความงามเฉพาะทางสามารถแสดงโดยสรุปได้ดังนี้

Exhibit 4: ตัวอย่างรายชื่อผู้ให้บริการที่ใกล้เคียงกัน

รายชื่อโรงพยาบาล / คลินิก	ลักษณะการให้บริการ	จำนวนสาขา	รายได้ ปี 2564 (ล้านบาท)	กำไร ปี 2564 (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
โรงพยาบาลยันฮี (บริษัท โรงพยาบาลยันฮี จำกัด)	ศัลยกรรม ผิวหนังและเลเซอร์ ทันตกรรม รักษาโรคทั่วไป	1	1,373.98	-91.67	1,200.00
เอเพ็กซ์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ (บริษัท เอเพ็กซ์ เมดิคอล เซ็นเตอร์ จำกัด)	ศัลยกรรม ปลูกผม ผิวหนังและเลเซอร์ ทันตกรรม	19	976.56	198.08	100
เดอะคลีนิก (บริษัท เดอะคลีนิก คลินิกเวชกรรม จำกัด (มหาชน))	ศัลยกรรม ผิวหนังและเลเซอร์ ผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์	36	949.93	129.26	110
สยามเลเซอร์คลินิก (บริษัท เอสเทติก อานเซอร์ จำกัด)	ศัลยกรรม ผิวหนังและเลเซอร์ ปลูกผม	19	829.19	-57.1	31
โรงพยาบาลเลอลักษณ์ (บริษัท โรงพยาบาลเลอลักษณ์ จำกัด)	ศัลยกรรม ผิวหนังและเลเซอร์	4	149.82	1.17	5.00
โรงพยาบาลศัลยกรรมตกแต่งดัดเบิ้ลยู* (บริษัท ดัดเบิ้ลยู เอสเอดิค แอนด์ เวลเนส กรุ๊ป จำกัด)	ศัลยกรรม ผิวหนังและเลเซอร์	1	139.06	1.38	5
เดอมาสเตอร์ บิวตี้ คลินิก* (บริษัท เดอมาสเตอร์ จำกัด)	ศัลยกรรม ผิวหนังและเลเซอร์ ปลูกผม ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว	5	129.47	-25.55	60
เวอร์เทคคลินิก* (บริษัท เวอร์เทค คอสโม จำกัด)	ศัลยกรรม ผิวหนังและเลเซอร์ ปลูกผม	1	119.91	13.19	27

Source: Company Data, ฐานข้อมูล CorpusX ของบริษัท บีซีเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน) โดยข้อมูลทางการเงินที่แสดง

ดังตารางเป็นข้อมูลจากงบการเงินปี 2564 ยกเว้น โรงพยาบาลศัลยกรรมตกแต่งดัดเบิ้ลยู เดอมาสเตอร์ บิวตี้ คลินิก และเวอร์เทคคลินิก เป็นข้อมูลทางการเงินปี 2563 และการจัดเรียงข้อมูลเป็นการจัดลำดับตามรายได้จากมากไปน้อย และจำนวนข้อมูลสาขาจากเว็บไซต์ของแต่ละโรงพยาบาลหรือคลินิก สืบค้น ณ วันที่ 18 ตุลาคม 2565

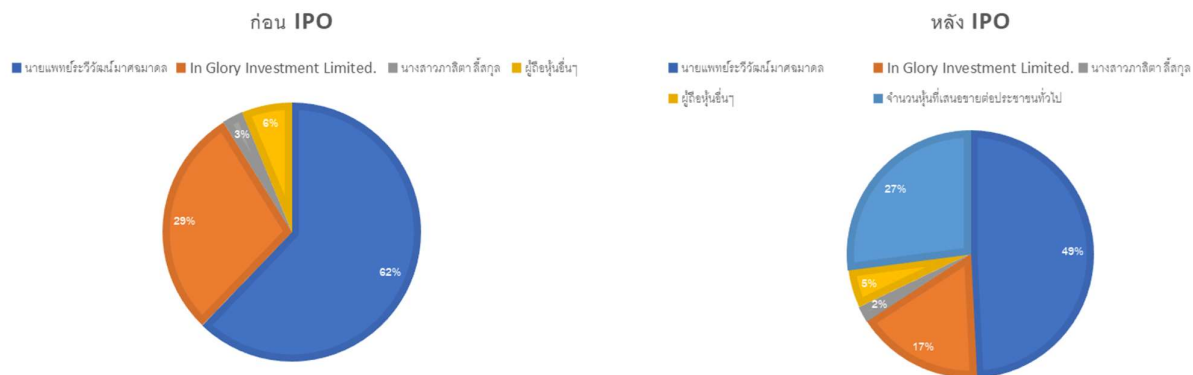
ข้อมูลสรุปการเสนอขายหุ้น IPO

บริษัทจะมีทุนจดทะเบียน 240 ล้านบาท มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.0 บาท ภายหลังการเสนอขายในครั้งนี้ โดยหุ้นสามัญที่เสนอขายในครั้งนี้มีจำนวน 65 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1.0 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.08 ของจำนวนหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดและเป็นการเสนอขายต่อประชาชนทั่วไป

บริษัทมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน ดังนี้

1. ปรับปรุงอาคารและห้องผ่าตัดบนพื้นที่โรงพยาบาลเดิม
 - เพิ่มห้องผ่าตัด สำหรับการทำการศัลยกรรม จำนวน 10 ห้อง
 - เพิ่มเตียงผู้ป่วยใน สำหรับพักค้างคืน 10 เตียง
 - เพิ่มเตียงพักฟื้น จำนวน 12 เตียง
 และขยายศูนย์บริการต่างๆ เช่น ศูนย์ดูแลผิวพรรณ ศูนย์ปลูกผมและดูแลเส้นผม เป็นต้น
2. จัดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับการศัลยกรรม (Surgery) การปลูกผม และดูแลเส้นผม (Hair) และบริการดูแลผิวพรรณและเลเซอร์ (Skin)
3. เงินลงทุนสำหรับก่อสร้างและปรับปรุงอาคารบนพื้นที่เช่า เพื่อขยายพื้นที่ศูนย์บริการ เช่น ศูนย์ดูแลเส้นผม ศูนย์ดูแลผิวพรรณ ศูนย์ตา และศูนย์สุขภาพชาย เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวก และสำนักงาน
4. ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน

Exhibit 5: รายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัทก่อนและภายหลังการเสนอขายหุ้นที่ออกใหม่ต่อประชาชน



Source: Company Data

โครงการในอนาคต

เนื่องจากธุรกิจศัลยกรรมเสริมความงามเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงมีแผนในการลงทุนและขยายความสามารถในการให้บริการ เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โดยจะนำเงินที่ได้จากการเสนอขายหลักทรัพย์ในครั้งนี้ มาลงทุนในโครงการต่างๆ ซึ่งคาดว่าจะเริ่มดำเนินการในช่วงปี 2566 ถึงปี 2567 ดังนี้

1. ลงทุนปรับปรุงอาคารและห้องผ่าตัดบนพื้นที่โรงพยาบาลเดิม

ณ วันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีห้องผ่าตัดจำนวน 7 ห้อง และมีการใช้กำลังการให้บริการ (Utilization Rate) อยู่ที่ร้อยละ 92.99 ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีแผนในการปรับปรุงอาคารและเพิ่มจำนวนห้องผ่าตัดบนพื้นที่อาคารโรงพยาบาลเดิม เพื่อเพิ่มกำลังการให้บริการ (Capacity) รวมถึงการเพิ่มเตียงผู้ป่วยในและเตียงพักฟื้นเพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มจำนวนห้องผ่าตัด

ซึ่งการลงทุนในการเพิ่มจำนวนห้องต่างๆ ข้างต้น บริษัทฯ คาดว่าจะใช้เงินลงทุนประมาณ 100.0 ล้านบาท และคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2566 ทั้งนี้ เมื่อจำนวนห้องผ่าตัดเพิ่มขึ้นเป็น 17 ห้อง จะทำให้บริษัทฯ สามารถให้บริการได้สูงสุด 93,075 ชั่วโมงต่อปี นอกจากนี้ยังมีการขยายศูนย์บริการต่างๆ

Exhibit 6: ลงทุนปรับปรุงอาคารและห้องผ่าตัดบนพื้นที่โรงพยาบาลเดิม

รายการ	จำนวนปัจจุบัน	จำนวนลงทุนเพิ่ม	จำนวนหลังลงทุน
ห้องผ่าตัด (ห้อง)	7	10	17
เตียงผู้ป่วยใน (เตียง)	7	10	17
เตียงพักฟื้น (เตียง)	8	12	20

Source: Company Data

2. ลงทุนซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์

บริษัทฯ มีแผนที่จะลงทุนซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์สำหรับการศัลยกรรม (Surgery) การปลูกผมและดูแลเส้นผม (Hair) และบริการดูแลผิวพรรณและเลเซอร์ (Skin) จำนวน 150.0 ล้านบาท เพื่อให้สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนห้องผ่าตัด และการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความทันสมัย ซึ่งจะส่งผลให้การทำการหัตถการของแพทย์มีประสิทธิภาพดีขึ้น โดยบริษัทฯ คาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2567

3. ลงทุนก่อสร้างและปรับปรุงอาคารบนพื้นที่เช่าที่อยู่ติดกับอาคารปัจจุบัน บริษัทฯ มีแผนที่จะก่อสร้างอาคารใหม่และปรับปรุงอาคารบนพื้นที่เช่า เพื่อขยายพื้นที่ศูนย์ให้บริการต่างๆ ประกอบด้วย ศูนย์ดูแลเส้นผม ศูนย์ดูแลผิวพรรณ ศูนย์ตา และศูนย์สุขภาพชาย เป็นต้น รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับลูกค้าและบุคลากรของบริษัทฯ และพื้นที่สำนักงาน โดยบริษัทฯ คาดว่าจะใช้เงินลงทุนจำนวน 200.0 ล้านบาท และจะดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2567

วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน

ภาพรวมผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

ในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาล 414.03 ล้านบาท 611.06 ล้านบาท 659.51 ล้านบาท และ 1,011.14 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 47.59 ร้อยละ 7.93 และร้อยละ 133.99 ตามลำดับ โดยบริษัทฯ มีรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีสาเหตุหลักมาจากจำนวนการใช้บริการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความนิยมและชื่อเสียงของบริษัทฯ ที่มีมาตรฐานให้บริการและคุณภาพตามมาตรฐานระบบคุณภาพโรงพยาบาล

รายได้จากศัลยกรรม

ในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการศัลยกรรม 329.08 ล้านบาท 508.05 ล้านบาท 526.79 ล้านบาท และ 805.03 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนของรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลร้อยละ 79.48 ร้อยละ 83.14 ร้อยละ 79.88 และร้อยละ 79.62 ตามลำดับ โดยรายได้หลักจากการศัลยกรรมมาจากศัลยกรรมเสริมจมูก ศัลยกรรมหน้าอก ศัลยกรรมดูดไขมัน และศัลยกรรมยกคิ้ว

สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการศัลยกรรม 805.03 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.62 ของรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาล เพิ่มขึ้น 462.57 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 135.07 จากงวดเดียวกันของปี 2564 เพิ่มขึ้นในทุกหัตถการ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปี 2565 ที่คลี่คลาย รวมถึงความนิยมและชื่อเสียงการให้บริการของบริษัทฯ

รายได้จากการดูแลผิวพรรณ

ในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดูแลผิวพรรณ 38.39 ล้านบาท 44.72 ล้านบาท 39.00 ล้านบาท และ 68.10 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนรายได้จากการดูแลผิวพรรณต่อรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลร้อยละ 9.27 ร้อยละ 7.32 ร้อยละ 5.91 และร้อยละ 6.74 ตามลำดับ ลูกค้าส่วนใหญ่ของการดูแลผิวพรรณมาจากลูกค้าที่ใช้บริการศัลยกรรม เพื่อใช้บริการส่วนเสริมหลังจากใช้บริการศัลยกรรม โดยให้บริการปรับรูปหน้า เช่น Botox Filler Thermage และ Ultera เป็นต้น

รายได้จากการปลูกผมและดูแลเส้นผม

ในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการปลูกผมและดูแลเส้นผม 22.83 ล้านบาท 18.33 ล้านบาท 23.32 ล้านบาท และ 68.58 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนของรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลร้อยละ 5.51 ร้อยละ 3.00 ร้อยละ 3.54 และร้อยละ 6.78 ตามลำดับ โดยรายได้หลักจากการปลูกผมและดูแลเส้นผม ได้แก่ การให้บริการปลูกผมด้วยเทคนิค FUE และเทคนิค FUT

รายได้จากการดูแลหลังจกศัลยกรรม

ในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการดูแลหลังจกศัลยกรรม 18.16 ล้านบาท 30.21 ล้านบาท 35.73 ล้านบาท และ 44.83 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนของรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลร้อยละ 4.39 ร้อยละ 4.94 ร้อยละ 5.42 และร้อยละ 4.43 ตามลำดับ ทั้งนี้รายได้จากการดูแลหลังจกศัลยกรรมแปรผันตามรายได้จากการศัลยกรรม โดยในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30

กันยายน 2565 รายได้จากการดูแลหลังจากclyกรรมคิดเป็นสัดส่วนของรายได้จากการclyกรรมที่ร้อยละ 5.52 ร้อยละ 5.95 ร้อยละ 6.78 และร้อยละ 5.57 ตามลำดับ

รายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลอื่น

ในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลอื่น 5.57 ล้านบาท 9.74 ล้านบาท 34.68 ล้านบาท และ 24.60 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนของรายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลร้อยละ 1.34 ร้อยละ 1.59 ร้อยละ 5.26 และร้อยละ 2.43 ตามลำดับ รายได้จากการประกอบกิจการโรงพยาบาลอื่น ได้แก่ รายได้ค่าบริการวิสัญญีแพทย์ที่ลูกค้าขอใช้บริการในclyกรรมที่ไม่ได้กำหนดให้มีการซื้อขาย รายได้จากค่าบริการห้องพักรักษา และรายได้จากการให้บริการตรวจสุขภาพ เป็นต้น

รายได้อื่น

รายได้อื่นของบริษัทฯ เป็นรายได้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางการแพทย์ ซึ่งประกอบด้วย รายได้ค่าเช่าพื้นที่ กำไร (ขาดทุน) ที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงจากการแปลงค่าเงินลงทุน เป็นต้น โดยในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีรายได้อื่นจำนวน 3.63 ล้านบาท 4.22 ล้านบาท 30.47 ล้านบาท และ 5.27 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนรายได้อื่นต่อรายได้รวมร้อยละ 0.87 ร้อยละ 0.69 ร้อยละ 4.42 และร้อยละ 0.52 ตามลำดับ

ทั้งนี้ในปี 2564 บริษัทฯ ได้รับการชดเชยค่าเสียหายจากการที่แพทย์ที่ละเมิดสัญญาประมวลค่า 22.79 ล้านบาท ส่งผลให้รายได้ในปี 2564 เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

กำไรสุทธิ

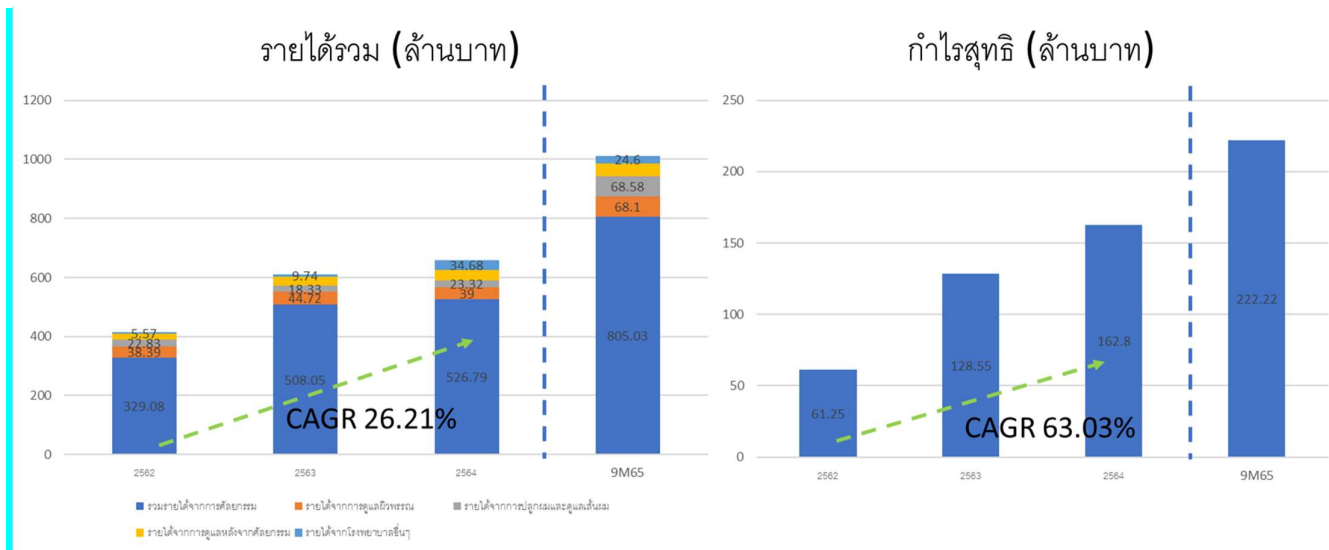
ในปี 2562 – 2564 และงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 61.25 ล้านบาท 128.55 ล้านบาท 162.80 ล้านบาท และ 222.22 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 14.66 ร้อยละ 20.89 ร้อยละ 23.59 และร้อยละ 21.86 ตามลำดับ

ปี 2563 บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2562 จากร้อยละ 14.66 เป็นร้อยละ 20.89 มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นจากร้อยละ 43.77 เป็นร้อยละ 50.72 ในปี 2562 และปี 2563 ตามลำดับ ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้นของบริษัทฯ ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น ประกอบกับสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้รวมของปี 2563 ลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ส่งผลให้บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิที่สูงขึ้น

ปี 2564 บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2563 จากร้อยละ 20.89 เป็นร้อยละ 23.59 มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นจากร้อยละ 50.72 เป็นร้อยละ 52.75 ในปี 2563 และปี 2564 ตามลำดับ ซึ่งมีสาเหตุมาจากการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้น ตามที่ได้กล่าวไปข้างต้น ประกอบกับรายได้อื่นของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น ส่งผลให้บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิที่สูงขึ้น

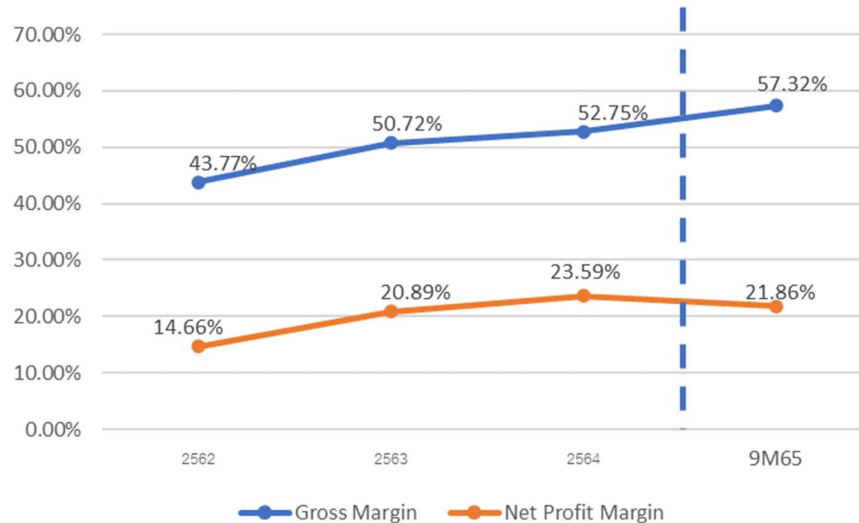
สำหรับงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับงวดเดียวกันในปี 2564 จากร้อยละ 19.46 เป็นร้อยละ 21.86 มีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้นจากร้อยละ 49.94 เป็นร้อยละ 57.32 ในงวดเก้าเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 และ 2565 ตามลำดับ ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้นตามที่กล่าวไปข้างต้น

Exhibit 7 : ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา



Source: Company Data, Trinity Research

Exhibit 8 : อัตราการทำกำไร (%)



Source: Company Data, Trinity Research

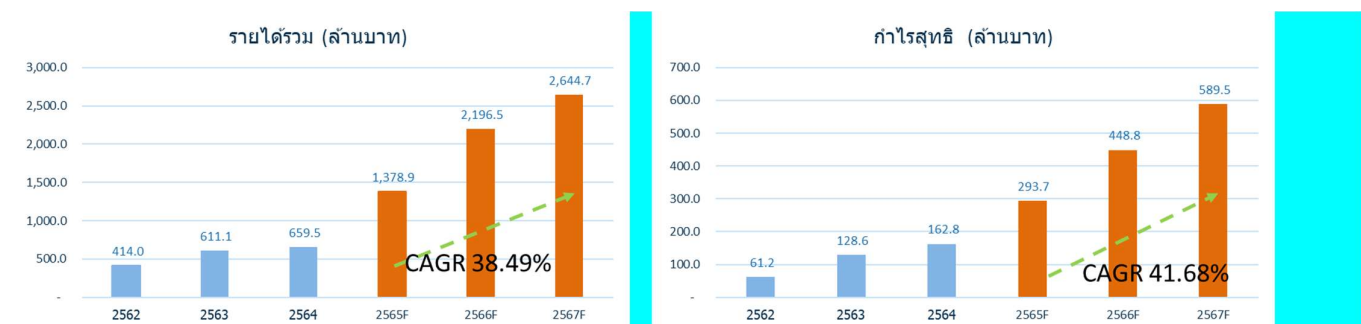
คาดการณ์ดำเนินงานปี 2565-2567 เติบโตต่อเนื่อง

คาดการณ์ปี 2565-2567 จำนวน 1,378.93 ล้านบาท 2,196.48 ล้านบาท และ 2,644.66 ล้านบาท ตามลำดับ โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ปี 2565-2567 ที่ร้อยละ 38.49 ต่อปี ปัจจัยหนุนจากการเติบโตในทุกกลุ่มบริการ โดยการเพิ่มจำนวนแพทย์มาอยู่ที่ 41 ท่าน จาก 19 ท่านในปี 2562 ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของ Capacity ในการให้บริการ จากการเพิ่มจำนวน Operation Room จาก 7 ห้อง ในปี 2565 เป็น 17 ในปี 2566 รวมทั้งการเปิดอาคารใหม่ในอนาคต ส่งผลให้สามารถรองรับจำนวนผู้มาใช้บริการได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มศัลยกรรม ที่เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนรายได้ร้อยละ 80 ของรายได้รวม และมีรายได้ต่อบิลปรับตัวสูงขึ้นทุกปี จากการปรับราคาตามความชำนาญและชื่อเสียงของแพทย์ นอกจากนี้การเปิดประเทศ ส่งผลให้คาดว่าในอนาคต จะสามารถมีจำนวนลูกค้าต่างชาติเพิ่มมากขึ้น

คาดการณ์อัตรากำไรขั้นต้นปี 2565-2567 อยู่ที่ 56-58% ปัจจัยหนุนจากการปรับเพิ่มราคาค่าบริการในแต่ละปี จากความชำนาญของแพทย์ ชื่อเสียง และอุปกรณ์ที่ทันสมัย ที่ช่วยให้สามารถลดระยะเวลาบริการ ส่งผลให้สามารถรองรับจำนวนลูกค้าต่อวันได้เพิ่มขึ้น

ประมาณการกำไรสุทธิปี 2565-2567 จำนวน 293.67 ล้านบาท 448.76 ล้านบาท และ 589.51 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ปี 2565-2567 ที่ร้อยละ 41.68 ต่อปี คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายที่ร้อยละ 21.3 ร้อยละ 20.4 และร้อยละ 22.3 ตามลำดับ

Exhibit 9 : คาดการณ์การเติบโตของรายได้และกำไรสุทธิ



Source: Company Data, Trinity Research

การประเมินมูลค่าหุ้น

ประเมิน Fair value สิ้นปี 2566 ที่ 62.60 บาทต่อหุ้น

ประเมินมูลค่าหุ้น MASTER สิ้นปี 2566 ที่ 62.60 บาทต่อหุ้น ด้วยวิธี DCF จาก WACC ที่ 9.4% และ Terminal Growth ที่ 3% และเทียบเป็น P/E ที่ 33.5X ซึ่งเป็นระดับ Forward PE ที่ใกล้เคียงค่าเฉลี่ยของบริษัทจดทะเบียนที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกัน ได้แก่ธุรกิจเสริมความงาม และโรงพยาบาลที่มี 1 สาขา

พร้อมกันนี้ได้จัดทำตาราง P/E Ratio Sensitivity Analysis (Exhibit 10) ที่ P/E ในกรอบ 32X-34X และระดับ EPS ในกรอบ 1.22-2.46 ต่อหุ้น (จากประมาณการปี 2565-2567) เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

Exhibit 10 : P/E Ratios Sensitivity Analysis

EPS	P/E (X)				
	32.00	32.50	33.00	33.50	34.00
	1.22	39.2	39.8	40.4	41.0
	1.87	59.8	60.8	61.7	62.6
	2.46	78.6	79.8	81.1	82.3

Source: Trinity Research

Exhibit 11 : Peer Company

Peer company	Forward P/E (X)		P/BV (X)		EBITDA Margin (%)		ROE (%)	
	2566F	2567F	2566F	2567F	2566F	2567F	2566F	2567F
KLINIQ	34.8	27.5	5.48	5.06	23%	23%	16%	19%
BH	40.7	36.9	7.78	7.32	33%	34%	23%	22%
PR9	25.3	24.6	15	13.49	24%	34%	11%	11%
THG	46.2	69.7	5.36	5.1	23%	23%	7%	7%
EKH	23.99	24.34	3.12	2.77	33%	32%	8%	8%
RJH	21.05	19.7	4.05	3.88	33%	31%	18%	20%
	32.01	33.79	6.80	6.27	28%	29%	14%	15%

Source: Trinity Research

ปัจจัยเสี่ยง

1. ความเสี่ยงจากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรม
2. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์คัลเจอร์ความงาม
3. ความเสี่ยงจากการขาดแคลนแพทย์หรือนุคลากรทางการแพทย์
4. ความเสี่ยงจากคดีฟ้องร้อง
5. ความเสี่ยงจากการถูกฟ้องร้องจากการให้บริการ
6. ความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานหรือกฎระเบียบต่างๆ ที่ใช้กับบริษัทฯ ในอนาคต
7. ผลกระทบของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)
8. ความเสี่ยงจากการพึ่งพิงผู้บริหารสำคัญ

MASTER STYLE					
Income statement					
Year End Dec (Btm)	2020A	2021A	2022F	2023F	2024F
Sales	611	660	1,379	2,196	2,645
Cost of good sold	(278)	(281)	(575)	(923)	(1,025)
Gross Profit	333	379	804	1,273	1,620
SG&A	(147)	(167)	(427)	(681)	(820)
EBITDA	187	212	377	592	800
Depreciation & Amortization	(23)	(31)	(32)	(54)	(86)
EBIT	163	181	345	538	714
Equity Shares	0	0	0	0	0
Financial Costs	(5)	(7)	(10)	(11)	(12)
Other Income	4	31	32	34	35
Other Expenses	0	0	0	0	0
Pretax Profit	162	204	367	561	737
Tax	(34)	(42)	(73)	(112)	(147)
Net Profit before minority	129	163	294	449	590
Less Minority Interest	0	0	0	0	0
Net Profit before Extra.	129	163	294	449	590
Impairment loss on assets	0	0	0	0	0
Extraordinary items	0	0	0	0	0
Reported Net Profit	129	163	294	449	590
EPS (Bt)	1.27	1.61	1.22	1.87	2.46
Core (EPS)	1.27	1.61	1.22	1.87	2.46
Statements of Financial Position					
Year End Dec (Btm)	2020A	2021A	2022F	2023F	2024F
Cash in hand & at banks	171	182	4,240	4,310	4,444
Short term investment	0	0	0	0	0
Accounts receivable -net	1	3	19	30	36
Inventories	20	26	63	101	112
Other current assets	52	131	92	111	101
Total Current Assets	245	342	4,414	4,552	4,694
Investments	0	8	8	8	8
Property, Plant & Equipment	102	96	214	360	574
Good will	0	0	0	0	0
Intangible assets	4	8	8	8	8
Deferred tax assets	4	5	5	5	5
Others	135	142	142	142	142
Total Assets	490	600	4,790	5,075	5,430
Loans and O/D from banks	0	0	20	20	22
Account payable-trade	23	40	71	114	126
Current portion 1 yr L/T loans	1	7	6	6	7
Other current liabilities	71	241	253	258	263
Total Current Liabilities	94	288	349	398	418
Long-term debt	134	141	148	160	200
Other	5	5	5	5	5
Total Liabilities	234	433	502	562	623
Paid-up share capital	101	101	240	240	240
Premium on share capital	(1)	(1)	3,835	3,835	3,835
Legal reserve	3	10	10	10	10
Reserve for expansion	0	0	0	0	0
Subordinated capital debentures	0	0	0	0	0
Unappropriated	153	56	203	427	722
Others	0	0	0	0	0
Total Equity before MI	256	167	4,288	4,513	4,807
Minority Interest	0	0	0	0	0
Total Equity	256	167	4,288	4,513	4,807
Total Liabilities & Equity	490	600	4,790	5,075	5,430

THIS DOCUMENT MAY NOT BE DISTRIBUTED, DIRECTLY OR INDIRECTLY, IN THE UNITED STATES, CANADA OR JAPAN. THIS SPECIAL REPORT HAS BEEN FURNISHED TO YOU SOLELY FOR YOUR INFORMATION AND MAY NOT BE REPRODUCED OR REDISTRIBUTED TO ANY OTHER PERSON.

บริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด, 179 อาคารบางกอก ซิตี้ ทาวเวอร์ ชั้น 25-26, 29 ถนนสาทรใต้ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โทรศัพท์ 0-2088-9100 โทรสาร 0-2088-9399

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยข้อมูลที่ได้ปรากฏและเชื่อว่าเป็นที่น่าเชื่อถือได้ แต่ไม่ถือเป็นการยืนยันความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลนั้นๆ โดยบริษัทหลักทรัพย์ ทรินิตี้ จำกัด ผู้จัดทำของสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงความเห็นหรือประมาณการในครั้งต่างๆ ที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้โดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า รายงานฉบับนี้ไม่ได้ถูกประสงค์เพื่อประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน โดยไม่ได้เป็นการชี้แนะหรือชักชวนให้การลงทุนหรือขายหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินใดๆ ที่ปรากฏในรายงาน

MASTER STYLE
Cash Flow Statement

Year End Dec (Btm)	2020A	2021A	2022F	2023F	2024F
Pre-tax profit	168	211	377	572	749
Depreciation	23	31	32	54	86
Chg in working capital	(34)	(42)	(73)	(112)	(147)
Tax paid	0	0	0	0	0
Other operating activities	(226)	95	29	(21)	10
CF from Operating	(69)	296	365	492	698
Capital expenditure	(14)	(29)	(150)	(200)	(300)
Change in investments	(4)	(8)	0	0	0
Other investing activities	0	0	0	0	0
CF from Investment	(18)	(37)	(150)	(200)	(300)
Capital Increase	68	7	3,975	0	0
Debt Financing	123	13	26	12	43
Dividend (incl. tax)	0	(253)	(147)	(224)	(295)
Other financing activities	(12)	(15)	(10)	(11)	(12)
CF from Financing	179	(248)	3,844	(223)	(264)
Change in Cash	91	11	4,059	70	134
Beginning Cash	80	171	182	4,240	4,310
Ending Cash	171	182	4,240	4,310	4,444

Key Ratios

Year End Dec (Bt m n)	2020A	2021A	2022F	2023F	2024F
Per Share (Bt)					
EPS	1.27	1.61	1.22	1.87	2.46
DPS	0.00	2.50	0.61	0.93	1.23
BV	2.54	1.65	17.87	18.80	20.03
CF	-0.68	2.93	1.52	2.05	2.91
Liquidity Ratio (x)					
Current Ratio	2.59	1.19	12.64	11.44	11.22
Quick Ratio	2.38	1.10	12.46	11.19	10.95
Profitability Ratio (%)					
Gross Margin (Inc. Depre)	51%	53%	56%	56%	58%
EBITDA Margin	31%	32%	27%	27%	30%
EBIT Margin	27%	27%	25%	25%	27%
Net Margin	21%	25%	21%	20%	22%
ROE	50%	98%	7%	10%	12%
Efficiency Ratio					
ROA	26%	27%	6%	9%	11%
ROFA	126%	170%	137%	125%	103%
Leverage Ratio (x)					
Debt to Equity	0.53	0.89	0.04	0.04	0.05
Net Debt to Equity	Cash	Cash	Cash	Cash	Cash
Interest Coverage Ratio	29.78	26.13	35.75	49.90	57.36
Growth					
Sales Growth	48%	8%	109%	59%	20.40%
EBITDA Growth	96%	27%	69%	53%	33.51%
Net Profit Growth	110%	27%	80%	53%	31.36%
EPS Growth	-34%	27%	-24%	53%	31.36%
Valuation					
PER (x)	N/A	N/A	49.03	32.09	24.43
P/BV (x)	N/A	N/A	3.36	3.19	3.00
EV/EBITDA (x)	N/A	N/A	25.28	16.42	12.19
Dividend Yield (%)	N/A	7%	1%	2%	2%
Dividend Payout Ratio (%)	0%	155%	50%	50%	50%

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 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 และมีได้ใช้ข้อมูลภายในเพื่อการประเมิน

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