ธุรกิจสุขภาพ..เทรนด์ที่มาแรง

15 December 2021

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพเป็นเทรนด์ธุรกิจที่มาแรงหลัง COVID-19

หนึ่งในเทรนด์ธุรกิจที่มาแรงหลังยุค COVID-19 คือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ แม้สถานการณ์ COVID-19 จะคลี่คลายแต่คนทั่วโลกยังคงหันมาใส่ใจในสุขภาพเพื่อให้ห่างไกลจากโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติเก่า นอกจากนี้ ทิศทางของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น ยิ่งเปิดโอกาสให้แก่พืชพันธุ์ของไทยซึ่งปัจจุบันนำมาใช้ประโยชน์เป็นสมุนไพรแล้วกว่า 1,800 ชนิด แม้ว่าผู้ประกอบการในตลาดจะมีเป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันสูง แต่อุปสงค์ที่เติบโตแข็งแกร่ง เชื่อว่าผู้ประกอบการที่ใส่ใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรมและคุณธรรมจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน เราให้น้ำหนัก Overweight กลุ่มยา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเลือก MEGA และ HL เป็น Top picks

ตลาดยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในช่วงขาขึ้นชัดเจน

แม้การแพร่ระบาดของ COVID-19 จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจแทบจะทุกภาคส่วนทั่วโลก แต่อุตสาหกรรมยา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมไม่กี่ประเภทที่ไม่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดแต่อย่างใด ในทางตรงกันข้าม กลับทำให้เกิดเทรนด์รักสุขภาพซึ่งเป็น New normal ผู้บริโภคหันมาดูแลใส่ใจสุขภาพในเชิงป้องกันและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกายมากขึ้น ต่างจากในช่วงก่อนหน้าที่จะเกิดการอุบัติของโรคระบาด ความต้องการวิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมักเกี่ยวข้องกับการเพิ่มขึ้นของวัย Euromonitor International คาดว่าตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพโดยรวมจะเติบโตเฉลี่ย 5.7% CAGR ในช่วงปี 2021-2025 สูงกว่าในช่วง 5 ปีก่อนหน้าที่โตเฉลี่ย 3.4% CAGR

COVID-19 ทำให้ตลาดยาและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพคึกคักและอาจโตเร็วกว่าที่คาด

สำหรับตลาดผลิตภัณฑ์สุขภาพในไทย Euromonitor International คาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 5.2% CAGR ใน 5 ปีข้างหน้า ตลาดที่คาดว่าจะเติบโตเร็วที่สุดคือตลาดวิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (มีส่วนแบ่งตลาด 29.3%) โดยคาดโตเฉลี่ย 8.4% CAGR ขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรหรือยาแผนโบราณซึ่งครองส่วนแบ่งตลาดมากสุด 42.5% คาดว่าจะขยายตัวช้าๆ เฉลี่ย 2.6% CAGR อย่างไรก็ดี กระแสความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติมีมากขึ้น จะเป็นโอกาสของประเทศไทยที่มีพืชพันธุ์ไม่ต่ำกว่า 20,000 ชนิดที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นสมุนไพร และอาจช่วยให้ตลาดโดยรวมเติบโตสูงกว่าที่คาดการณ์

การแข่งขันสูงแต่ตลาดใหญ่พอที่จะรองรับผู้ประกอบการจำนวนมาก

ผู้เล่นในอุตสาหกรรมมีจำนวนมาก ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการของคนไทยและต่างชาติ รวมถึงยาราคาถูกที่นำเข้าจากจีนและอินเดีย การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจที่เกี่ยวกับยา เวชภัณฑ์และอุปกรณ์ทางการแพทย์เพิ่มขึ้นอย่างมาก ใน 8M21 มีธุรกิจจัดตั้งใหม่เพิ่มถึง 44.0% Y-Y ยิ่งทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรง แต่เราเชื่อว่าความต้องการมีมากพอที่จะรองรับผู้ประกอบการจำนวนมากได้ ปัจจัยสนับสนุนมาจากจำนวนผู้สูงอายุและความเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้น การเข้าถึงช่องทางการรักษาที่ดีขึ้น การขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ และพฤติกรรมที่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น

เทรนด์ที่มาแรง ให้น้ำหนัก Overweight แนะนำ MEGA และ HL เป็น Top picks

หนึ่งในเทรนด์ธุรกิจที่มาแรงหลังยุค COVID-19 คือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ แม้สถานการณ์ COVID-19 จะคลี่คลายแต่คนทั่วโลกยังคงหันมาใส่ใจในสุขภาพเพื่อให้ห่างไกลจากโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติเก่า เราให้น้ำหนักการลงทุน Overweight และเลือก MEGA และ HL เป็น Top picks จากแบรนด์ที่แข็งแกร่งของ MEGA และ Valuations ถูก ขณะที่ HL มีศักยภาพในการเติบโตสูงจากความพร้อมในหลายๆ ด้าน

Analyst: Jitra Amornthum
Register No.: 014530
E-mail: Jitra.a@fnsyrus.com
Tel. 66 0 2646 9966
www.fnsyrus.com
FB FINANSIA SYRUS SECURITIES
Telegram Finansia
Twitter @fnsyrus

(Bt)	Rating	Price(Bt)	End-22	Norm Profit Growth (%)		P/E(x)		P/BV(x)		Dividend yield (%)		ROE (%)	
		14 Dec 21	Target	2022E	2023E	2022E	2023E	2022E	2023E	2022E	2023E	2022E	2023E
HL	HOLD	17.80	15.00	54.6	19.3	40.7	34.2	4.9	4.1	1.7	2.0	12.0	13.1
MEGA	BUY	52.50	63.00	13.9	14.1	21.8	19.1	5.3	4.8	2.7	3.1	24.4	25.0
IP	HOLD	20.40	21.00	23.3	21.2	47.3	39.0	7.5	7.2	1.2	1.3	15.9	18.0
JP	HOLD	7.55	7.70	86.1	20.7	47.9	39.7	11.4	10.3	0.8	0.7	23.8	23.6
SMD	BUY	13.80	18.00	-31.1	9.1	13.9	12.1	3.5	3.1	2.8	2.6	25.1	25.8
WINMED	BUY	6.00	7.80	90.5	52.1	21.0	13.8	4.1	3.8	2.5	2.6	19.6	31.7

Note: FSS เป็นผู้จัดจำหน่ายและรับประกันการจำหน่ายหุ้นสามัญของ HL ที่เสนอขายต่อประชาชนเป็นครั้งแรก (IPO)

Source: FSS Research

อุตสาหกรรมยาของเป็นตลาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของตลาดอาเซียน

อุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์ หมายรวมถึงยาแผนปัจจุบันและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการวินิจฉัยและรักษาโรคทุกประเภท โดยยาแผนปัจจุบันแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ยาต้นตำรับ (Original drug) เป็นยาที่ผ่านการวิจัยและพัฒนา ใช้เวลานานในการศึกษาวิจัยและใช้เงินลงทุน จึงได้รับสิทธิบัตรผูกขาดในการผลิตเป็นเวลา 20 ปี (Patented drug) เมื่อสิทธิบัตรสิ้นสุดลง ผู้ผลิตรายอื่นจึงสามารถผลิตยานั้นออกจำหน่ายได้ และ 2) ยาชื่อสามัญ (Generic drug) เป็นยาที่ผลิตตามสูตรยาต้นตำรับซึ่งหมดอายุสิทธิบัตรแล้ว โดยผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าที่ไม่ใช่เครื่องหมายการค้าตามสิทธิของผู้ครองสิทธิบัตรยาแต่มีตัวยาสำคัญเดียวกันกับยาต้นตำรับ การผลิตยาชื่อสามัญจึงมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเพราะไม่มีค่าใช้จ่ายในการวิจัยตัวยา

ตลาดยาของไทยมีมูลค่า 1.7 แสนล้านบาท เป็นตลาดยาที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน รองจากอินโดนีเซีย แต่อุตสาหกรรมการผลิตยาของไทยจัดอยู่ในการผลิตขั้นปลาย คือการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมาผลิตยาสำเร็จรูปหรือยาชื่อสามัญ (Generic drugs) เนื่องจากไทยมีการวิจัยพัฒนายาต้นแบบ หรือยาที่มีสารออกฤทธิ์สำคัญ (Active Pharmaceutical Ingredients: API) ยังไม่มากนัก เนื่องจากต้องใช้เงินลงทุนสูงและมีข้อจำกัดด้านสิทธิบัตรของยา วัตถุดิบยาที่นำเข้ามีสัดส่วนสูงถึงประมาณ 90% ของปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยาสำเร็จรูปทั้งหมด

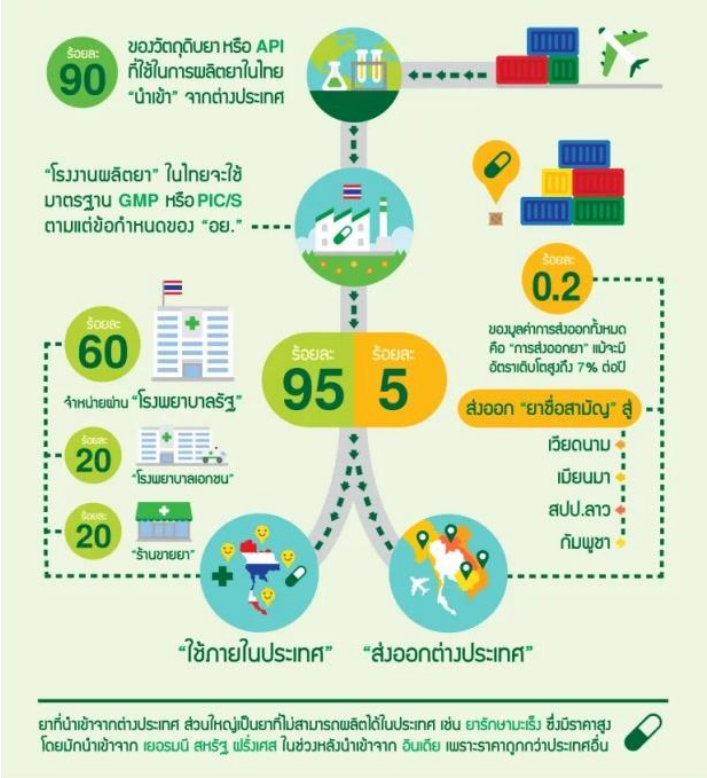
สมุนไพรไทยจะเป็นขุมทรัพย์ช่วยลดการขาดทุนการค้าของอุตสาหกรรมยาของไทยในอนาคต

ในจำนวนยาที่ผลิตในประเทศ ประมาณ 95% จะถูกบริโภคภายในประเทศผ่านโรงพยาบาลรัฐราว 60% โรงพยาบาลเอกชน 20% และร้านขายยาทั่วไปอีก 20% และประมาณ 5% ของการผลิตเป็นการผลิตเพื่อส่งออก เนื่องจากยาที่ส่งออกเป็นยาชื่อสามัญทั่วไปที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับยาที่มีมาตรฐานเดียวกันในต่างประเทศ การส่งออกส่วนใหญ่ไปยังตลาด CLMV เป็นหลัก ประมาณ 58% ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

มูลค่ายาที่ผลิตในประเทศและยานำเข้ามีสัดส่วนประมาณ 30:70 การพึ่งพาการนำเข้ายาจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากทำให้งบประมาณด้านสาธารณสุขของไทยในช่วงปีงบประมาณ 2017-2021 ที่เติบโตเฉลี่ย 2.7% CAGR มีแนวโน้มเร่งตัวมากขึ้นในอนาคตเพื่อรองรับโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนไป และถึงแม้ว่ายาที่ผลิตได้ในประเทศจะมีการส่งออกราว 5% และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5.9% CAGR ในช่วงปี 2015-2020 แต่มูลค่าการส่งออกกลับค่อนข้างน้อย มีมูลค่าราว US$500-590 ล้านต่อปีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนเพียง 0.23% ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมด เพราะเป็นยาชื่อสามัญที่มูลค่าต่ำ ขณะที่การนำเข้ายามีมูลค่าราว US$2.4-3.0 พันล้านต่อปีเพราะยารักษาโรคส่วนใหญ่เป็นยาที่ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ เช่น ยาปฏิชีวนะ ยาลดไขมันในเลือด ยารักษาโรคมะเร็ง เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากเยอรมนี สหรัฐ ฝรั่งเศส เป็นต้น ไทยจึงขาดดุลการค้าทางด้านยารักษาโรคถึงปีละกว่า 6 หมื่นล้านบาทด้วยข้อจำกัดทางด้านต้นทุนการผลิตและด้านสิทธิบัตรยา ดังนั้น รัฐบาลจึงควรสนับสนุนให้ต่างประเทศใช้ไทยเป็นฐานการผลิตยามากขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้คนไทยหันมาใช้ยาที่ผลิตในประเทศทั้งยาแผนปัจจุบันและสมุนไพรของไทยที่มีสรรพคุณทางด้านการรักษาโรคเพิ่มมากขึ้น

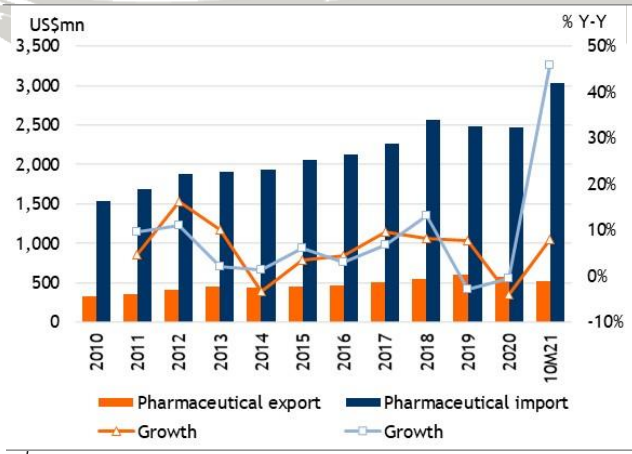
ปัจจุบัน การที่ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ทำจากธรรมชาติมากขึ้น จะเป็นโอกาสของสมุนไพรไทยที่จะต่อยอดองค์ความรู้นำไปสู่การผลิตยาแผนปัจจุบันเพื่อรองรับความต้องการในอนาคตและเป็นฐานการผลิตยาโลกได้อนาคต

เส้นทางการผลิตยาของไทย

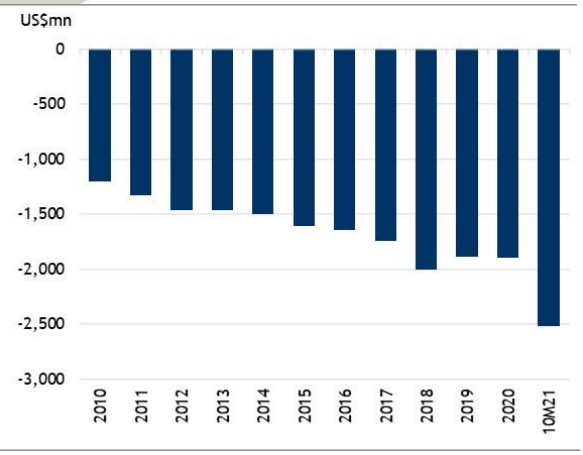


ที่มา: CPhI South East Asia 2019

มูลค่าการส่งออก-นำเข้ายาของไทย



อุตสาหกรรมการผลิตของยาของไทยขาดดุลการค้ามานาน



ที่มา: Ministry of Commerce

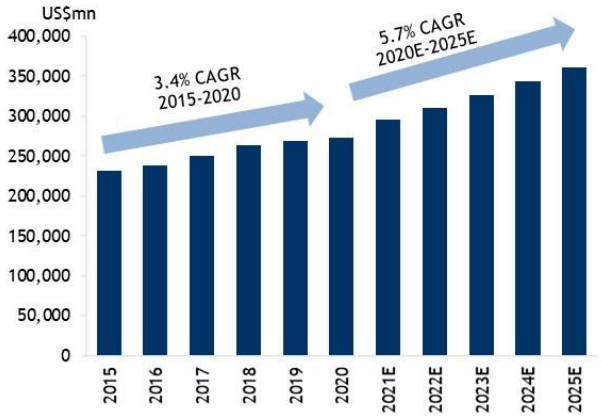
ตลาดยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในช่วงขาขึ้นชัดเจน

แม้การแพร่ระบาดของ COVID-19 จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจแทบจะทุกภาคส่วนทั่วโลก แต่อุตสาหกรรมยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเวชภัณฑ์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมไม่กี่ประเภทที่ไม่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดแต่อย่างใด ในทางตรงกันข้าม การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้เกิดเทรนด์รักสุขภาพซึ่งเป็น New normal ผู้บริโภคต่างตระหนักและหันมาดูแลใส่ใจสุขภาพในเชิงป้องกันและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกายกันมากขึ้น ต่างจากในช่วงก่อนหน้าที่จะเกิดการอุบัติของโรคระบาด COVID-19 ความต้องการวิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมักเกี่ยวข้องกับการเพิ่มขึ้นของวัย

ผลสำรวจประจำปี 2020 ของ International Food Information Counsel ในสหรัฐในช่วงหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 ปรากฏว่า 54% ของผู้บริโภคทั้งหมด และ 63% ของกลุ่มคนอายุ 50 ปีขึ้นไป เลือกอาหารและเครื่องดื่มโดยให้ความสำคัญกับสุขภาพมากกว่ารสชาติและราคา และในช่วงของการระบาด อาหารออร์แกนิกได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งการซื้อ Online และ Offline โดยเฉพาะในปี 2021 อาหารออร์แกนิคกลายมาเป็นความนิยมของคนรุ่นใหม่

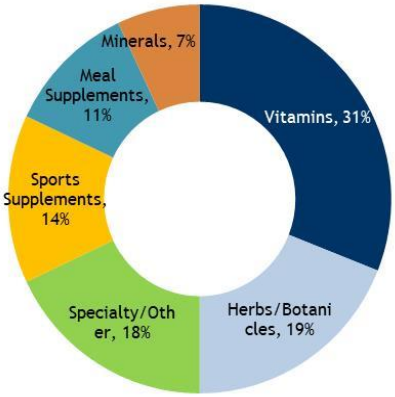
ในประเทศไทย จากการสำรวจประชาชนในช่วง COVID-19 ของสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต พบว่าคนไทย 45.4% หันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทั้งการออกกำลังกาย ตลอดจนการรับประทานอาหารเสริมและวิตามิน รวมทั้งการปรึกษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญแขนงต่างๆ มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดอาหารเสริมและวิตามินทั่วโลกขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ Euromonitor International เผยว่ามูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพ (ยาที่จำหน่ายหน้าเคาน์เตอร์ อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรหรือยาแผนโบราณ ผลิตภัณฑ์ดูแลน้ำหนัก โภชนาการทางการกีฬา) ทั่วโลกในปี 2020 มีมูลค่า US$2.72 แสนล้าน เพิ่มสูงขึ้นจากปี 2015 ที่มีมูลค่า US$2.31 แสนล้านในปี 2020 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 3.4% CAGR การเติบโตดังกล่าวส่วนใหญ่จะมาจากภูมิภาคเอเชีย (ไม่รวมจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย) และภูมิภาคยุโรปตะวันออก และคาดการณ์ว่าตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพโดยรวมจะเติบโตเร่งตัวมากขึ้นเป็นเฉลี่ย 5.7% CAGR ในช่วงปี 2021-2025 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์

มูลค่าตลาดสินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพทั่วโลกปี 2015-2025E



ที่มา: Euromonitor International Consumer Health in the World, March 2021

ส่วนแบ่งตลาดของอาหารเสริมปี 2017

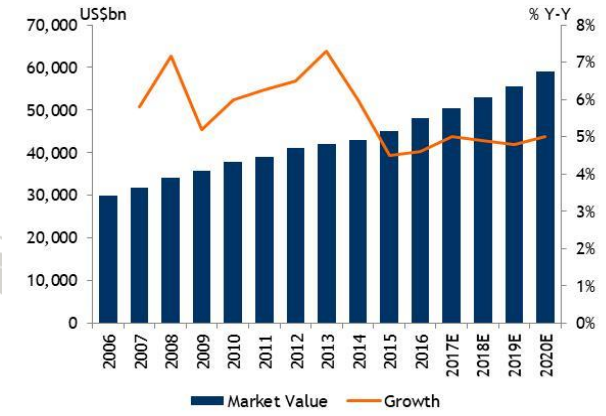


ที่มา: Thailand Center of Excellence for Life Science 2018

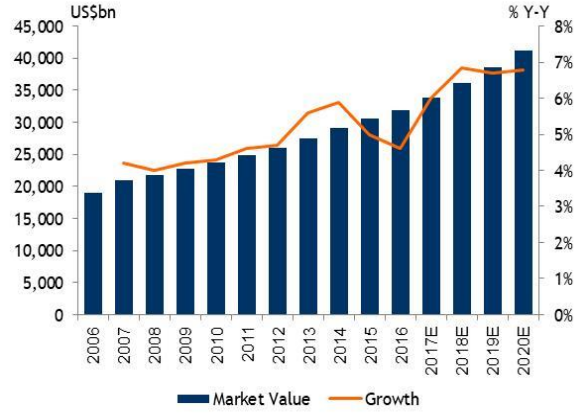
วิตามินและอาหารเสริมสมุนไพรและโบทานิคอลมีส่วนแบ่งตลาดครึ่งหนึ่งของตลาด

ในบรรดาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมทั้งหมด วิตามินและอาหารเสริมสมุนไพรและโบทานิคอลมีส่วนแบ่งตลาดรวมกันสูง 50% ของตลาดทั้งหมด รองลงมาได้แก่อาหารเสริมเฉพาะด้าน ในปี 2016 ตลาดวิตามินและเกลือแร่ทั่วโลกมีมูลค่า US$4.81 หมื่นล้าน NBJ คาดการณ์ว่ามูลค่าจะเติบโตเป็น US$5.90 หมื่นล้านในปี 2020 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5.2% CAGR เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในทุกภูมิภาคทั่วโลก การเติบโตดังกล่าวอยู่ที่ผู้บริโภคมีความตื่นตัวในการรักษาเชิงป้องกัน ซึ่งเป็นเทรนด์ในปัจจุบัน ส่วนตลาดอาหารเสริมประเภทสมุนไพรและโบทานิคอลมีมูลค่าตลาด US$3.13 หมื่นล้านในปี 2016 โดย Euromonitor เผยว่ากว่า 54% ของยอดขายของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรมาจากทวีปเอเชียแปซิฟิค (กว่า 20% มาจากประเทศจีน) ตลาดอาหารเสริมประเภทสมุนไพรและโบทานิคอลเติบโตเติบโตต่อเนื่องจนมีมูลค่า US$4.91 หมื่นล้านในปี 2020 เติบโตเฉลี่ย 6.8% CAGR และยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องจากการที่ผู้บริโภคมองหาทางเลือกในการป้องกันและรักษาโรคที่มีผลข้างเคียงน้อยที่สุด เช่น สมุนไพรของจีนอย่างเห็ดหลินจือ ขณะที่ประเทศไทยมีพืชพันธุ์ไม่ต่ำกว่า 20,000 ชนิดที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นสมุนไพรได้กว่า 1,800 ชนิด เช่น ชมิ้น ฟ้าทะลายโจร กะเพรา พญายอ เป็นต้น ส่งผลให้ตลาดอาหารเสริมประเภทสมุนไพรมีอัตราการเติบโตสูง

มูลค่าตลาดวิตามินและเกลือแร่ทั่วโลกปี 2006-2020



มูลค่าตลาดอาหารเสริมสมุนไพรทั่วโลกปี 2006-2020



ที่มา: Thailand Center of Excellence for Life Science 2018

ตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทยมีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 5.2% CAGR ในอีก 5 ปีข้างหน้า

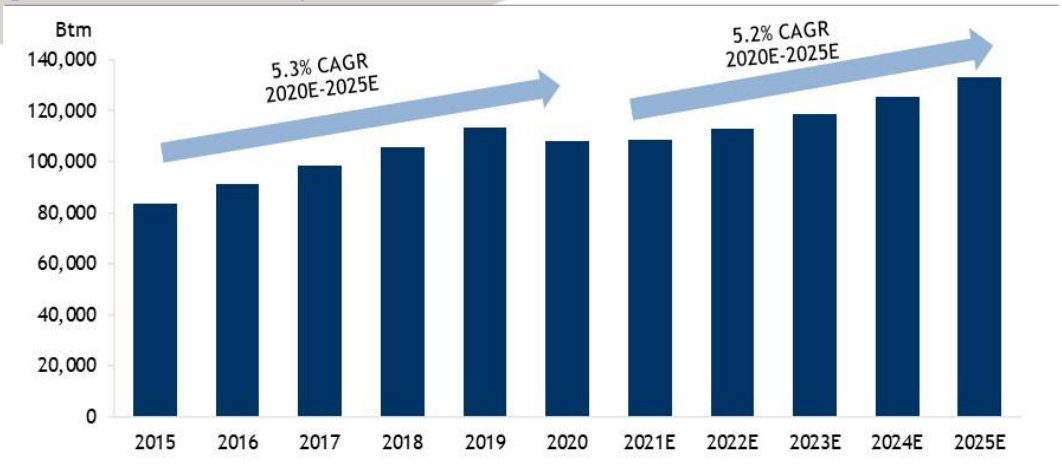
สำหรับมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพของประเทศไทยนั้น Euromonitor International รายงานว่าตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทยในปี 2020 มีมูลค่าตลาด 107,805 ล้านบาทในปี 2020 คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ย 5.3% CAGR ในช่วงปี 2015-2020 อย่างไรก็ตาม มูลค่าตลาดในปี 2020 ขยายตัวลดลงเหลือ 4.7% เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่ถูกกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 การทรุดตัวของภาคการท่องเที่ยว สถานการณ์ภัยแล้ง และภาระหนี้ครัวเรือนที่สูง ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง และระมัดระวังการจับจ่ายใช้สอย

ในตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทย มีผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรหรือยาแผนโบราณ ครองส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด 42.5% มีมูลค่าตลาด 45,836 ล้านบาทในปี 2020 รองลงมาเป็นตลาดของวิตามินและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมีส่วนแบ่งตลาดราว 29.3% หรือมีมูลค่า 31,545 ล้านบาท

แนวโน้มในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2021-2025) Euromonitor International ประเมินว่าตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของไทยจะเติบโตในอัตราเฉลี่ย 5.2% CAGR เติบโตในอัตราใกล้เคียงกับในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาและใกล้เคียงกับการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของโลก โดยคาดว่ามูลค่าตลาดรวมของไทยในปี 2025 จะมีจำนวน 132,921 ล้านบาท ตลาดที่คาดว่าจะเติบโตเร็วที่สุดคือตลาดวิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Vitamins and Dietary Supplements) โดยคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย 8.4% CAGR ขณะที่ตลาดผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรหรือยาแผนโบราณ (Herbal/Traditional Products) คาดว่าจะขยายตัวช้าๆ เฉลี่ย 2.6% CAGR เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรเป็นที่ระลึก ยังไม่กลับมาเต็มที่

อย่างไรก็ดี เราคาดว่ามีโอกาสที่ตลาดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของไทยจะเติบโตจะสูงกว่าการคาดการณ์ของ Euromonitor International เนื่องจาก COVID-19 เป็นตัวเร่งให้ธุรกิจยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เวชภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์เกิดขึ้นมากมายและอาจช่วยผลักดันการเติบโตของตลาด

มูลค่าตลาดสินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทยปี 2015-2025E



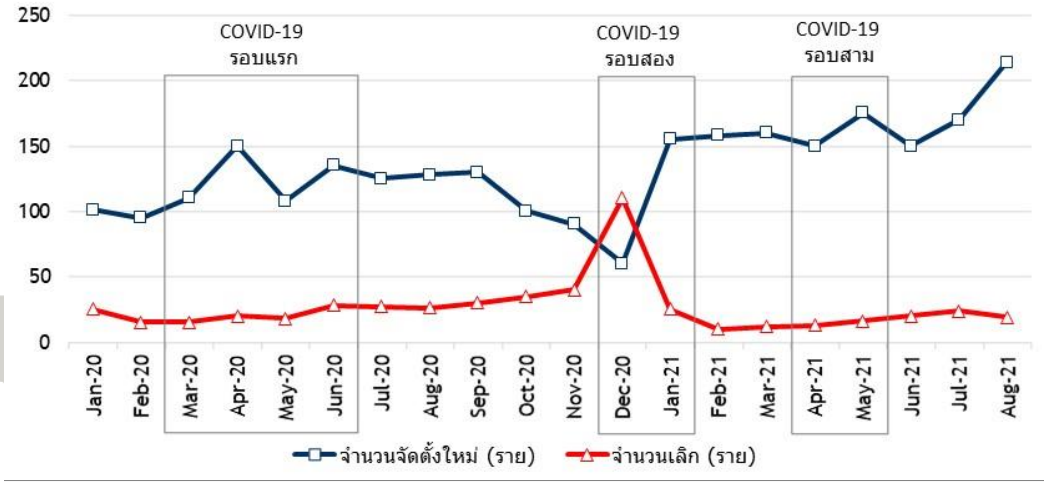
ที่มา: Euromonitor International Consumer Health in the World, March 2021

COVID-19 ทำให้ตลาดยาและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพคึกคักและอาจโตมากกว่าคาด

การแพร่ระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจที่เกี่ยวกับยา เวชภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์เพิ่มขึ้นอย่างมาก จากตัวเลขของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่าการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจยา เวชภัณฑ์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2021 มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่จำนวน 1,333 ราย เพิ่มขึ้น 407 ราย หรือเพิ่มขึ้นถึง 44.0% Y-Y สอดคล้องกับปริมาณความต้องการสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ ขณะที่การจดทะเบียนเลิกธุรกิจมีจำนวน 122 ราย เพิ่มขึ้นเพียง 6.9% Y-Y

ณ สิ้นเดือน ส.ค. 2021 มีจำนวนนิติบุคคลที่ยังดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 11,964 ราย เพิ่มขึ้น 1,352 ราย หรือเพิ่มขึ้น 12.7% Y-Y ขณะที่ทุนจดทะเบียนมีมูลค่า 108,392.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.6% Y-Y สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นประเด็นที่ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์อย่างน่าสนใจ แม้ว่านัยหนึ่งคือการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น แต่พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ประกอบกับการเข้าถึงร้านขายยา เวชภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ง่ายขึ้นจากจำนวนธุรกิจและสาขาที่เพิ่มขึ้น น่าจะมีส่วนช่วยผลักดันอุตสาหกรรมยาของไทยให้เติบโตมากกว่าที่หลายฝ่ายคาด

จำนวนธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่จัดตั้งใหม่และยกเลิก



หมายเหตุ: ปกติการจดทะเบียนธุรกิจในภาพรวมจะเป็นไปตามฤดูกาล (Seasonal) โดยในช่วงสิ้นปี จะมีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจจำนวนน้อยและจะมีการจดเลิกธุรกิจจำนวนมาก
ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

การแข่งขันสูงแต่ตลาดขยายตัวเพิ่มขึ้นและใหญ่พอที่จะรองรับผู้ประกอบการจำนวนมาก

ธุรกิจยา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้งสำหรับคนและสัตว์เลี้ยง มีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นผู้ผลิตในประเทศและต่างประเทศที่เข้ามาใช้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก ผู้นำเข้าจากต่างประเทศมาจำหน่ายในประเทศ และทั้งที่มีโรงงานผลิตและจำหน่ายเอง และเป็นโรงงานรับจ้างผลิตสินค้า

ผู้ผลิตยาแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) หน่วยงานภาครัฐที่มีองค์การเภสัชกรรม (Government Pharmaceutical Organization: GPO) เป็นหัวหอกในการรุกตลาด เป็นทั้งผู้ผลิตและนำเข้ายาและเวชภัณฑ์เพื่อมาจำหน่ายในราคาถูก และ 2) บริษัทยาเอกชนซึ่งมีทั้งบริษัทยาเอกชนของคนไทย เน้นผลิตยาชื่อสามัญ (Generic drug) ทั่วไปและมีราคาไม่สูงนัก และบริษัทยาของต่างชาติ ถือหุ้นส่วนใหญ่โดยต่างชาติ เป็นตัวแทนนำเข้ายาต้นตำรับหรือยาจดสิทธิบัตรเข้ามาจำหน่ายในราคาที่ค่อนข้างสูง

ในอดีตภาครัฐกำหนดให้โรงพยาบาลรัฐต้องใช้ยาที่ผลิตจากหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก แต่หลังจากการประกาศใช้ พ.ร.บ. การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ไม่มีการบังคับให้โรงพยาบาลรัฐต้องซื้อยาจากองค์การเภสัชกรรมอีกต่อไป จึงเกิดการแข่งขันมากขึ้นระหว่างองค์การเภสัชกรรม ผู้ประกอบการในไทยและและบริษัทผู้ผลิตยาข้ามชาติ รวมถึงยังต้องเผชิญกับการแข่งขันจากยาราคาถูกที่นำเข้าจากจีนและอินเดีย เนื่องจากบริษัทเจ้าของสิทธิบัตรยามักเลือกย้ายฐานการผลิตบางส่วนจากเยอรมนี สหรัฐ อังกฤษ ไปยังจีนและอินเดีย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทางด้านราคาไม่ใช่ปัจจัยหลักสำหรับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อยาหรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบางประเภท ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเน้นการแข่งขันด้านคุณภาพ สูตรของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของแบรนด์ และการสร้างการจดจำให้แก่ลูกค้า ในส่วนของตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้น ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจได้ไม่ยากนัก แต่ผู้ประกอบการที่เข้ามาใหม่ในธุรกิจนี้จะต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความน่าเชื่อถือและความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อสร้างฐานธุรกิจให้กว้างขวาง แม้ว่าจำนวนผู้เล่นในตลาดจะมีจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันสูง แต่การเติบโตของตลาดในระยะยาวสูงมากพอที่จะรองรับผู้ประกอบการจำนวนมากได้

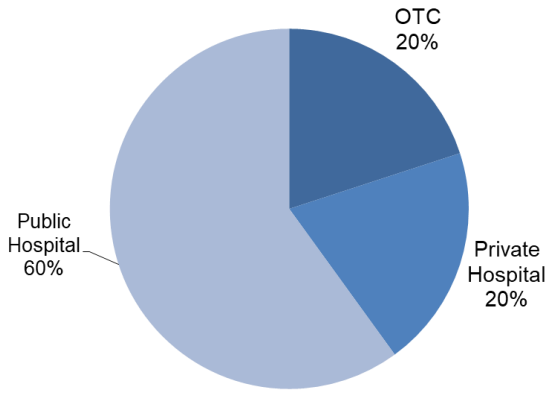
โรงพยาบาลยังเป็นช่องทางการขายหลัก แต่ร้านขายยาเป็นปัจจัยหลักผลักดันให้ตลาดเติบโต

ยาที่ผลิตในประเทศส่วนใหญ่จะถูกบริโภคภายในประเทศคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 95% ของปริมาณการผลิตทั้งหมด โรงพยาบาลเป็นช่องทางการจำหน่ายหลักมีสัดส่วนสูงถึง 80% โดย 60% มาจากโรงพยาบาลรัฐ และ 20% มาจากโรงพยาลเอกชน สะท้อนถึงระบบสวัสดิการสาธารณสุขของรัฐและระบบประกันสุขภาพที่ทำให้คนไข้ส่วนใหญ่ไปรับการรักษาที่โรงพยาบาลแทนการซื้อยาจากร้านขายยา มูลค่าการจำหน่ายยาส่วนมากจึงอยู่ที่โรงพยาบาล ขณะที่อีก 20% ของมูลค่าการจำหน่ายยามาจากร้านขายยาทั่วไป (Over the Counter: OTO)

ยาที่จำหน่ายผ่านโรงพยาบาลเป็นยาที่ต้องสั่งจ่ายโดยแพทย์ (Prescription Drug) ซึ่งมีทั้งที่เป็นยาชื่อสามัญ (Generic Drug) และยาจดสิทธิบัตร (Patented Drug) แม้ว่าคนไข้จะไปรับการรักษาที่โรงพยาบาล แต่ร้านขายยาก็เป็นช่องทางหนึ่งที่เป็นเสมือนจุดดูแลผู้ป่วยเบื้องต้น และการที่ร้านขายยามีจำนวนสาขามากขึ้น อยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชนที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย รวมถึงช่องทางออนไลน์ ทำให้ร้านขายยาเป็นปัจจัยหลักในการผลักดันในตลาดยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้เติบโต ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ณ เดือน ส.ค. 2021 มีร้านขายยาทุกประเภททั่วประเทศทั้งสิ้น 20,516 แห่ง ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ประมาณ 30% และต่างจังหวัดประมาณ 70%

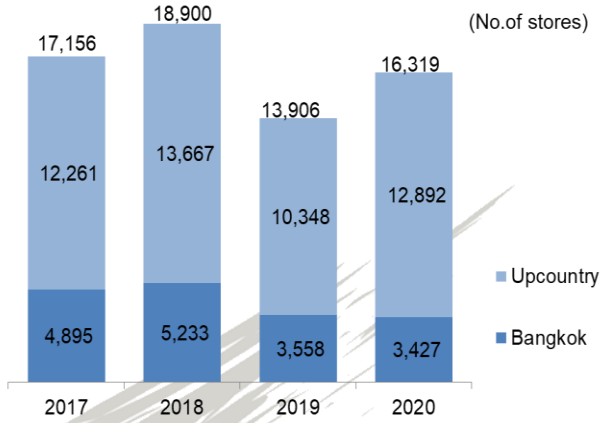
ร้านขายยาปัจจุบันมีทั้งที่เป็นร้านขายยาของผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีสาขาในรูปแบบ Chain store โดยมีทั้งที่ลงทุนเองและขยายธุรกิจในรูปแบบ Franchise และยังมีผู้ประกอบการ Modern Trade ที่แตกไลน์ธุรกิจโดยเพิ่มโซนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาและเวชภัณฑ์ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง แม้ว่าการแข่งขันจะสูงแต่การปรับตัวให้สอดรับกับความต้องการของผู้บริโภค มีการตลาดที่ดี และช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลาย (E-commerce, Home shopping, Direct selling) เราเชื่อว่าร้านขายยาที่เป็น Chain store หรือ SME ขนาดเล็ก สามารถแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้

สัดส่วนช่องทางการจำหน่ายยาในไทยปี 2019



ที่มา: ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา

จำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน .ย.ข)1)



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ปัจจัยหนุนการเติบโตของตลาดยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของไทย

Euromonitor International คาดการณ์ว่ามูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของไทยในปี 2020 จะหดตัว 4.7% Y-Y สอดคล้องกับศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่คาดว่ามูลค่าการจำหน่ายยาจะขยายตัวค่อนข้างต่ำเพียง 2.0-3.0% จากความกังวลสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคเลี่ยงการเข้ารับยาในโรงพยาบาลซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายหลักของตลาด รวมถึงจำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่ลดลงจากการปิดประเทศและการระมัดระวังการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค แต่ Euromonitor International คาดว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพในปี 2021-2022 จะทยอยเติบโต 0.6-3.8% ขณะที่ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยาคาดว่ามูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศขะเติบโตเร่งตัวขึ้นเป็น 4.5-5.0% โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้

1. จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นและความเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้น ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยมาตั้งแต่ปี 2005 ขณะนั้นเรามีผู้สูงอายุซึ่งตามคำนิยามขององค์กรสหประชาชาติหมายถึงผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นสัดส่วน 10.4% ของประชากรทั้งประเทศ และปี 2019 เป็นปีแรกที่จำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีมากกว่าเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี โดยผู้สูงอายุมีจำนวนสูงถึง 11.6 ล้านคน หรือคิดเป็น 17.5% ของประชากรทั้งประเทศ และมีการคาดการณ์ว่าสังคมไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุภายในปี 2036 หรืออีกไม่เพียง 3 ปีข้างหน้า นอกจากนี้ความเจ็บป่วยยังเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉพาะจำนวนผู้ป่วยจากโรคเฉพาะทาง เช่น โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง และโรคมะเร็ง เหล่านี้ทำให้ความต้องการยาเฉพาะทาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และบริการทางแพทย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
2. การเข้าถึงช่องทางการรักษาที่ดีขึ้นภายใต้ระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 5.4 ล้านคน ทำให้คาดว่าค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ได้แก่ค่ายาและค่ารักษา ในช่วงปี 2020-2022 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ย 6.6% CAGR
3. การขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และผู้ป่วยต่างชาติที่จะกลับมาใช้บริการทางการแพทย์ในไทยหลังจากไทยเปิดประเทศ ทั้งนี้ จากนโยบาย Medical Hub ของภาครัฐ ความพร้อมของโรงพยาบาลไทย ศูนย์แพทย์เฉพาะทาง บุคคลากรทางการแพทย์ และค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง อย่างสิงคโปร์ มาเลเซีย เป็นต้น คาดว่าจะทำให้ผู้ป่วยต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการรักษาตัวในไทยเพิ่มขึ้นในอัตรา 7-8% ต่อปี
4. นโยบายส่งเสริมการลงทุนของ BOI ช่วยลดภาระต้นทุนผู้ผลิตยาเพราะต้องใช้เงินลงทุนสูงเพื่อให้ได้มาตรฐาน GMP ตามแนวทาง PIC/S โดยผู้ที่ยื่นขอรับการส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี 2018 เป็นต้นไป จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 5 ปี
5. พฤติกรรมของคนไทยที่เปลี่ยนไปหลังจากเผชิญกับ COVID-19 โดยหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น และเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่ดีให้กับตนเอง

Overweight กลุ่มยา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

หนึ่งในเทรนด์ธุรกิจที่มาแรงหลังยุค COVID-19 คือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ แม้สถานการณ์ COVID-19 จะคลี่คลายแต่คนทั่วโลกยังคงหันมาใส่ใจในสุขภาพเพื่อให้ห่างไกลจากโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติเก่า เราจึงให้น้ำหนักการลงทุน Overweight สำหรับกลุ่มยา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นอกจากนี้ ทิศทางของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น ยิ่งเปิดโอกาสให้แก่พืชพันธุ์ของไทยซึ่งปัจจุบันนำมาใช้ประโยชน์เป็นสมุนไพรแล้วกว่า 1,800 ชนิด เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น แม้ว่าผู้ประกอบการในตลาดจะมีเป็นจำนวนมากทั้งผู้ประกอบการในไทยและบริษัทข้ามชาติ และมีการแข่งขันสูง แต่จากอุปสงค์ที่เติบโตแข็งแกร่ง เชื่อว่าผู้ประกอบการที่ใส่ใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรมและคุณธรรมจะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

หุ้นในกลุ่มยา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่อยู่ใน FSS Coverage มี 6 หลักทรัพย์ โดย 5 หลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาด MAI (IP, JP, SMD, WINMED) และ 1 หลักทรัพย์อยู่ใน SET กลุ่ม Commerce (MEGA) ทั้ง 6 บริษัทไม่สามารถเทียบเคียงกันได้โดยตรงเพราะไม่ได้มีธุรกิจเหมือนกันทั้งหมด เราจัดกลุ่มผู้ประกอบการที่มีธุรกิจใกล้เคียงกันมากที่สุด ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการที่มีโรงงาน มีแบรนด์ของตนเอง และรับจ้างผลิตให้แก่บุคคลภายนอก ได้แก่ IP, JP, MEGA ผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ เครื่องและชุดอุปกรณ์สำหรับการรักษาทางการแพทย์ ได้แก่ SMD และ WINMED และ 3) ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านขายยา ไม่มีโรงงานผลิตแต่มีหน้าร้าน ได้แก่ HL

HL และ MEGA เป็น Top picks ของกลุ่ม

ในบรรดาโรงงานผลิตยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทั้ง 3 หลักทรัพย์ **MEGA** มีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีทั้งในและต่างประเทศ มีตลาดกระจายอยู่ในหลายภูมิภาค และมีโรงงานผลิตยาในหลายประเทศ ถือเป็นการกระจายความเสี่ยงที่ดี ทำให้กำไรของ MEGA ตลอดหลายปีที่ผ่านมาเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ ไม่ค่อยสร้างเซอร์ไพรส์ในทางลบให้กับตลาด แม้ว่า MEGA จะมีอัตราการเติบโตของกำไรปี 2022-2023 ต่ำกว่า IP และ JP โดยเราคาดกำไรของ MEGA เติบโต 13.9% Y-Y และ 14.1% Y-Y ในปี 2022-2023 ตามลำดับ ซึ่งก็ยังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทั้งกลุ่ม แต่การเติบโตของ IP และ JP เป็นการเติบโตจากฐานต่ำในปี 2020 นอกจากนี้ MEGA ยังบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้ดี มีอัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิที่ดีกว่า IP และ JP และมี Valuations ถูกกว่ามาก โดยมี 2022 PE 21.8 เท่า และ EV/EBITDA 16.1 เท่า ถูกกว่า IP และ JP ราวครึ่งหนึ่ง เราประเมินราคาเป้าหมายปี 2022 ของ MEGA ที่ 63 บาท (DCF, WACC 8.6%, TG 3.0%) คิดเป็น Implied PE 26.5 เท่าและ PEG 1.3 เท่า ยังต่ำกว่ากลุ่มค้าปลีกที่มี PE เฉลี่ย 32.5 เท่า

HL เป็นร้านขายหนึ่งเดียวในกลุ่ม และเป็นเชนร้านขายยาบริษัทแรกที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ มีโครงสร้างธุรกิจคล้ายกลุ่มค้าปลีก ปัจจุบันยังมีสาขาไม่มากเพียง 25 สาขา จึงมีช่องว่างให้โตได้อีกมาก ขณะที่อุปสรรคของผู้ประกอบการที่จะเข้ามาใหม่มีค่อนข้างสูง เพราะเป็นธุรกิจที่มีกฎระเบียบเข้มงวดทั้งสถานประกอบการ คุณภาพการจัดเก็บยา ต้องมีเภสัชกรให้คำแนะนำประจำร้าน และยังต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ซึ่งล้วนแต่เป็นจุดแข็งของบริษัทที่สามารถปฏิบัติได้ครบถ้วน ซึ่งทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทแข็งแกร่ง มีเสถียรภาพ มีความผันผวนต่ำ เราคาดกำไรสุทธิปี 2021-2023 จะเติบโตดีต่อเนื่องคิดเป็นอัตราการโต 35.8% CAGR และประเมินราคาเป้าหมายปี 2022 ที่ 15 บาท (DCF, WACC 8.3%, TG 3.0%) คิดเป็น Implied PE และ PEG ที่ 35 เท่า และ 0.97 เท่า ตามลำดับ

WINMED กำไรจะเติบโตสูงมากหาก New S-curve ประสบผลสำเร็จ

เราคาดกำไรสุทธิปี 2022 ขยายตัวก้าวกระโดด 90.5% Y-Y ส่วนหนึ่งมาจากฐานต่ำในปี 2021 เนื่องจากรายได้หลักประมาณ 90% มาจากผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับโลหิต (Blood bank, Blood safety) และผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพสตรี ถูกกระทบจากการ Lockdown หลายครั้งในช่วงปี 2020-2021 เพราะทำให้คนเลี่ยงในการเข้าไปตรวจร่างกายที่โรงพยาบาล การผ่าตัดที่ไม่จำเป็นถูกเลื่อนออกไป อีกสาเหตุหนึ่งของการเติบโตมาจากธุรกิจที่เป็น New S-curve ได้แก่ห้องแล็บต่างๆ ได้แก่ 1 (ห้องแล็บสำหรับตรวจเชื้อ COVID-19 แบบ RT-PCR และ TMA ที่เปิดให้บริการแล้วเมื่อวันที่ 9 พ .ย.2021 หลังได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์เป็นที่เรียบร้อย 2 (แล็บตรวจครบวงจรเชื้อ HPV และ STD เริ่ม (โรคติดต่อทางเพศ)ให้บริการใน 1Q22 และ 3(แล็บสำหรับการผลิตยา)Immunotherapy การรักษาโรคโดยอาศัยการทำงานของภูมิคุ้มกัน(คาดก่อสร้างแล้วเสร็จ พร้อมให้บริการใน 3Q22 รวมถึงการสรรหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ดี ความเสี่ยงคือธุรกิจใหม่ไม่เป็นไปตามแผน เราจึงชอบน้อยกว่า MEGA และ HL

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ Blood banking **Blood safety**

ที่มา: WINMED Presentation

ห้องแล็บของ WINMED **ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ Cell-Immunotherapy**

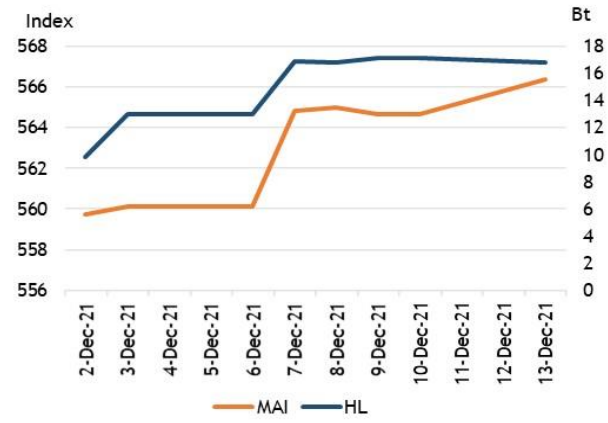
ที่มา: WINMED Presentation

ลักษณะการดำเนินธุรกิจของ 6 บริษัทกลุ่มยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใน FSS Coverage

บริษัท	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
HL	ประกอบธุรกิจ Holding Company ปัจจุบันลงทุนใน 2 ธุรกิจคือ 1) Icare Health ดำเนินธุรกิจร้านขายยา จำหน่ายยา เวชภัณฑ์ เวชสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อุปกรณ์การแพทย์ และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ผ่านร้านขายยา 4 แบรนด์ได้แก่ iCare, Pharmax, vitaminclub และ Super Drug ปัจจุบัน (ธ.ค. 2021) มี 25 สาขา 2) Healthiness ดำเนินธุรกิจคิดค้น และพัฒนาร่วมกับทีมวิจัยภายนอก รวมถึงว่าจ้างผู้ผลิต เพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ ปัจจุบันมี 2 แบรนด์คือ PRIME (ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม) และ Besuto (ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อสุขภาพ)
IP	ดำเนินธุรกิจพัฒนา คิดค้น และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพและนวัตกรรมความงามสำหรับคน และผลิตภัณฑ์สุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่าโภชนบำบัด (Nutraceuticals) ผลิตภัณฑ์สำหรับคนที่อยู่ภายใต้แบรนด์ของบริษัทเอง เช่น Prabac 7, Probac 10 Plus, InuFOS, Pure Krill Oil, Astacurmin, Multivitamin และ YUUU เป็นต้น บริษัทเริ่มต้นจากการคิดค้นสูตรและว่าจ้างให้บุคคลภายนอกผลิตให้ ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิต 2 แห่งที่จ.สมุทรปราการ และที่จ.อยุธยา และล่าสุดได้ซื้อกิจการร้านขายยา LAB Pharmacy
JP	ดำเนินธุรกิจพัฒนา ผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ทั้งผลิตและจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า (OEM) และผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้าของบริษัทเอง (Own Brand) ผลิตภัณฑ์ของ JP แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ยาแผนปัจจุบัน 2) ยาแผนโบราณและผลิตภัณฑ์สมุนไพร 3) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 4) ผลิตภัณฑ์แอลกอฮอล์ และ 5) อื่นๆ โครงสร้างรายได้หลักกว่า 60% มาจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รองลงมาเป็นยาแผนปัจจุบัน
MEGA	ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยา ผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพ (Nutraceutical products) ผลิตภัณฑ์ยาตามใบสั่งแพทย์ (Prescription pharmaceutical products) ผลิตภัณฑ์ยาจำหน่ายหน้าเค้าเตอร์ (OTC) ภายใต้เครื่องหมายการค้า Mega We Care ผ่านเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า Maxxcare ใน 3 ประเทศ ได้แก่ เมียนมาร์ เวียดนาม และกัมพูชา ลูกค้าส่วนใหญ่คือบริษัทยา และบริษัทผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ และดำเนินธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้แก่ลูกค้าภายนอก โดยมีโรงงานอยู่ในประเทศไทยและออสเตรเลีย
SMD	เป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยนำเข้าจากผู้ผลิตชั้นนำของโลก โดยปัจจุบันเป็นตัวแทนจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตกว่า 30 ราย เช่น Mindray ResMed และ Hillrom เป็นต้น กลุ่มสินค้าของบริษัทแบ่งได้เป็น 1) กลุ่มเวชบำบัดวิกฤต (Critical Care) 2) กลุ่มการช่วยหายใจและเวชศาสตร์การนอนหลับ (Respiration) 3) กลุ่มหทัยวิทยา (Cardiology) 4) กลุ่มเครื่องมือแพทย์ทั่วไป (General Medicine Device) 5) กลุ่มสินค้า Smart Hospital และ 6) อื่นๆ
WINMED	เป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเครื่องและชุดอุปกรณ์สำหรับการเก็บ ตรวจวิเคราะห์ วินิจฉัย และการบำบัดรักษาทางการแพทย์ จากผู้ผลิตชั้นนำในต่างประเทศ และเป็นตัวแทนของบริษัทผู้ให้บริการตรวจวินิจฉัยด้านพันธุศาสตร์จากต่างประเทศสำหรับการให้บริการตรวจสารพันธุกรรมและความผิดปกติของทารกในครรภ์ โดยจำหน่ายและให้บริการแก่โรงพยาบาลต่างๆ ทั่วประเทศ องค์กรการกุศล (ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย) สถาบันศึกษาทางการแพทย์ คลินิก และบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งภาครัฐและเอกชน

ที่มา: Company Website, FSS Research

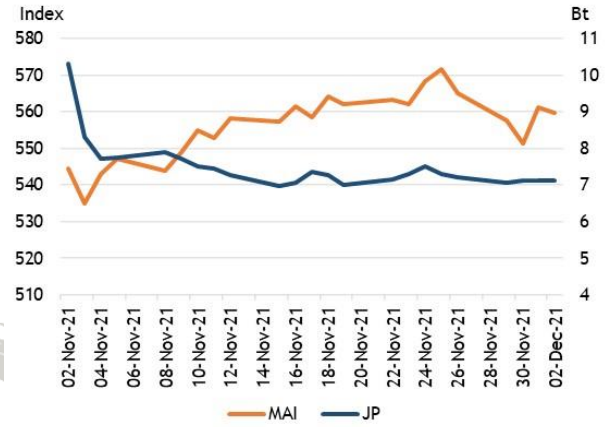
HL share price vs MAI Index



IP share price vs MAI Index

ที่มา :Setsmart, FSS Research

JP share price vs MAI Index

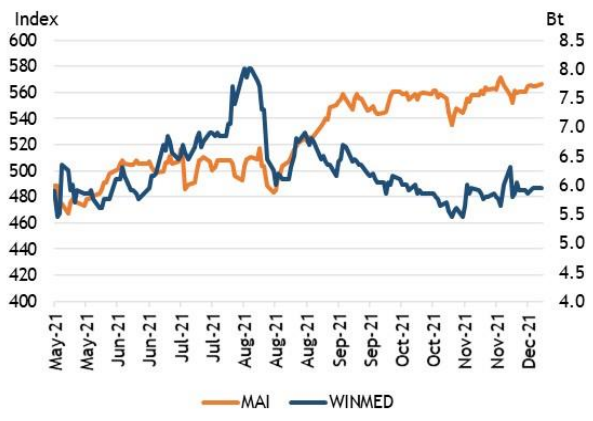


MEGA share price vs SET Index

ที่มา :Setsmart, FSS Research

SMD share price vs MAI Index

WINMED share price vs MAI Index



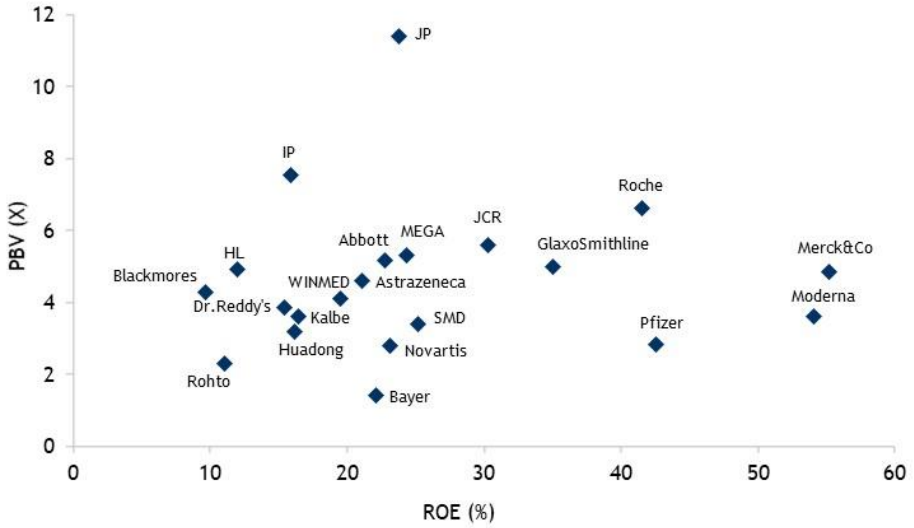
ที่มา :Setsmart, FSS Research

Peers Comparison (as of 13 December 2021)

Company	Ticker	Market cap	NPAT growth (%)		GM (%)	NM (%)	ROE (%)	PE (x)		EV/EBITDA (x)		PBV (x)
		(US$mn)	22E	23E	22E	22E	22E	22E	22E	22E	23E	22E
Mega Lifesceinces	MEGA TB	1,371	13.90	14.10	42.05	13.14	24.37	21.80	19.10	16.10	14.00	5.30
Inter Pharma	IP TB	178	23.28	21.19	42.07	9.66	15.94	47.25	38.99	29.50	25.37	7.53
Healthlead	HL TB	132	54.60	19.30	22.70	8.00	12.00	40.71	34.20	21.20	18.30	4.91
JSP Pharmaceutical Manufacturing (Thailand)	JP TB	104	86.10	20.70	33.88	12.00	23.80	47.90	39.70	27.80	22.90	11.40
Saintmed	SMD TB	86	-27.87	13.64	42.00	18.50	25.20	13.23	11.64	9.70	8.50	3.40
Winnergy Medical	WINMED TB	71	90.50	52.10	46.00	13.50	19.56	21.00	13.80	13.40	9.20	4.10
Thailand average			**40.1**	**23.5**	**38.1**	**12.5**	**20.1**	**32.0**	**26.2**	**19.6**	**16.4**	**6.1**
Johnson&Johnson	JNJ US	442,145	4.53	5.63	72.83	28.48	34.78	16.25	15.31	12.64	11.85	5.49
Roche Holding AG	ROG SW	357,011	1.08	8.47	76.16	27.87	41.53	18.11	16.95	13.12	12.27	6.61
Pfizer Inc	PFE US	296,247	27.89	-21.93	65.24	33.90	42.60	10.71	12.78	7.46	9.49	2.81
Abbott Labs	STA TB	237,605	-7.59	9.85	58.41	20.94	22.81	28.32	25.88	21.25	19.56	5.16
Novartis AG	NOVN SW	196,981	5.30	5.24	74.06	27.68	23.19	12.11	11.42	11.11	10.86	2.79
Merck & Co Inc 3	MRK US	183,434	23.33	-1.99	74.94	32.08	55.25	10.03	10.09	8.29	8.48	4.84
Astrazeneca	AZN LN	167,931	46.59	19.28	80.69	25.19	21.11	16.09	13.31	12.15	10.31	4.61
Sanofi	SAN FP	122.323.9	11.95	4.80	71.43	22.19	13.73	11.78	22.30	9.06	8.52	1.55
GlaxoSmithkline	GSK LN	107,295	5.57	8.64	70.35	16.45	35.06	13.83	12.82	10.27	9.50	5.00
Moderna Inc.	MRNA US	104,225	2.92	-49.04	81.44	57.05	54.06	9.42	21.56	6.75	16.45	3.59
Bayer AG	BAYER HB	51,828	10.50	8.28	64.16	14.97	22.13	6.87	6.33	6.63	6.19	1.41
Dr.Reddy's Laboratories	DRRD IN	10,109	52.36	23.93	53.92	13.64	15.46	26.32	21.20	16.22	13.13	3.86
Huadong Medicines	000963 CH	10,039	16.93	21.53	33.57	8.12	16.23	20.01	16.42	15.12	12.60	3.19
Kalbe Farma Tbk PT	KLBF IJ	5,235	9.51	9.97	43.20	12.01	16.49	22.33	20.42	14.43	13.42	3.60
Rohto Pharmaceutical (Japan)	4527 JT	3,541	7.70	6.65	57.95	9.54	11.10	21.54	20.20	10.95	10.33	2.29
JCR Pharmaceuticals	4552 JT	2,576	123.03	-30.93	83.65	29.91	30.34	18.94	27.43	14.71	18.11	5.58
Blackmores Ltd (Australia)	BKL AU	1,214	52.00	47.90	64.20	6.08	9.74	44.09	29.77	18.68	14.57	4.29
Global Average			**23.15**	**4.49**	**66.25**	**22.71**	**27.39**	**18.04**	**17.89**	**12.28**	**12.10**	**3.92**

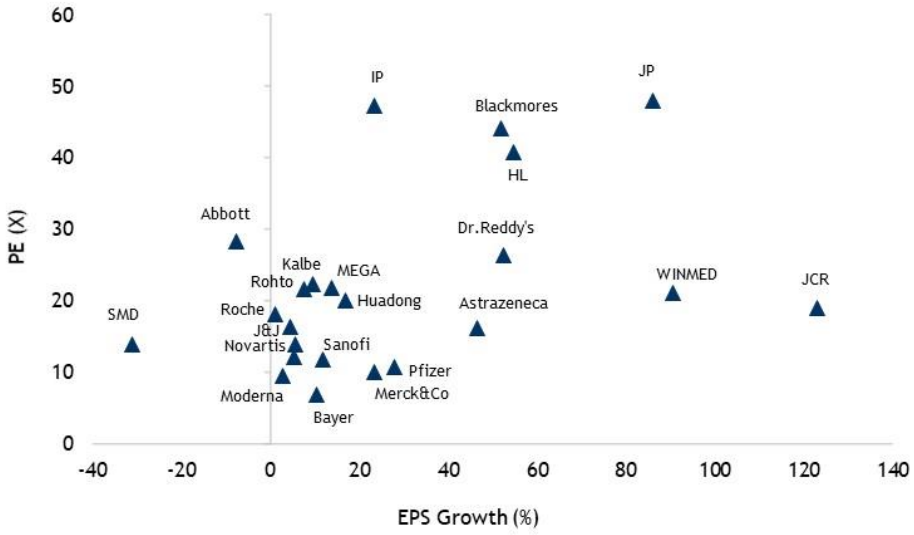
Source: Bloomberg, FSS Research

2022 PBV vs ROE



ที่มา: Bloomberg, FSS Research

2022 PE vs EPS Growth



ที่มา: Bloomberg, FSS Research

ESG ANALYSIS

ESG item	What is the performance?
Environment	**HL:** ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบสังคมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยการลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติก ลดปริมาณการใช้ลังกระดาษ ให้สาขานำลังกลับมาใช้ใหม่ได้ ลดการใช้กระดาษ ทำเอกสารต่างๆด้วยระบบ ERP แทนกระดาษ ลดการใช้น้ำมันในการเดินทางมาประชุม ใช้ระบบออนไลน์แทน และลดปริมาณการใช้ไฟฟ้า นอกจากนี้ บริษัทและบริษัทย่อยอยู่ระหว่างการพิจารณาให้มีการดำเนินการทวนสอบการประเมิน Carbon Footprint **IP:** ผลิตภัณฑ์ของ IP ผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐานและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อหรือสั่งผลิตจากต่างประเทศ จะขออนุญาตหรือขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น อย. หรือกรมปศุสัตว์ บริษัทมุ่งพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงถ่ายทอดความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง **JP:** ให้ความสำคัญต่อการลดของเสียจากกระบวนการผลิต ลดปริมาณการใช้กระดาษ ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อลดการใช้กระดาษในกระบวนการทำงานทั่วไปให้มากที่สุด ประหยัดพลังงานไฟฟ้าโดยเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ (LED) ทั้งในส่วนของโรงงาน คลังสินค้า และอาคารสำนักงาน และเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศเป็นระบบ Inverter รวมถึงการประหยัดการใช้น้ำและลดการปล่อยของเสียจากการผลิตซอฟเจลาตินแคปซูล **MEGA:** การผลิตยาของ MEGA ในประเทศไทยและออสเตรเลียอยู่ภายใต้กฎหมาย กฎระเบียบ และข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม การปล่อยมลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ การบำบัดน้ำเสีย ไอเสีย และของเสียอื่นๆ ที่เกิดจากกระบวนการผลิตที่บังคับใช้ในทั้งสองประเทศ บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียวระดับ 3 (กิจกรรมสีเขียว) สำหรับโรงงานทั้ง 2 แห่งในจ.สมุทรปราการภายใต้โครงการอุตสาหกรรมสีเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรม บริษัทได้ติดตั้งโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ 958 กิโลวัตต์ในโรงงานที่บางปู ในปี 2019 จนถึงปัจจุบันสามารถประหยัดการใช้คาร์บอนได้ถึง 1,900 ตัน สำหรับโรงงานที่ออสเตรเลียมีการใช้แผงผลิตไฟฟ้าจากเซลล์แสงอาทิตย์กว่า 400 เซลล์สามารถสร้างพลังงานทดแทนได้ถึง 100 กิโลวัตต์หรือประมาณหนึ่งในสามของพลังงานในช่วงที่มีความต้องการสูงสุด และได้ใช้หลอดไฟ LED กว่า 300 ดวงในการให้แสงสว่างและประหยัดพลังงาน **SMD:** บริษัทมีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมถือเป็นแนวปฏิบัติอย่างเคร่งครัด อาทิ มีมาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ทั้งนี้ เพื่อรักษาและดำรงไว้ซึ่งระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมของชุมชนที่บริษัทประกอบกิจการอยู่ **WINMED:** บริษัทมุ่งมั่นสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าโดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้งาน และเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง และประกอบธุรกิจด้วยความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกบริษัท และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด และลดการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ESG item	What is the performance?
Social	**HL:** บริษัทมีนโยบายดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ภายใต้หลักพื้นฐานทางจริยธรรม และได้ร่วมกับชุมชนและสังคมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การบริจาคยาให้กับโรงพยาบาลและมูลนิธิต่างๆอย่างสม่ำเสมอ ล่าสุดได้เข้าร่วมโครงการ ด็อกเตอร์ เอทู.ที่ริเริ่มโดยบจ ”ช่วยด้วย“ แซดร่วมกับแพทย์โควิดจิตอาสากว่า 400 ท่าน และพันธมิตรภาคเอกชนกว่า 20 บริษัทชั้นนำ ในการดูแล Monitoring ผู้ป่วย จัดส่งอาหาร 3 มื้อต่อวันตลอด 14 วัน และมอบชุดยา เวชภัณฑ์ที่จำเป็น โดยบริษัทได้บริจาค Besuto Mouth Spray 1,000 ขวด และเป็นกลุ่มที่คอยจัดเตรียมชุดยาและเวชภัณฑ์ที่จำเป็นให้กับโครงการด้วย **IP:** บริษัทให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้ ความสามารถและทักษะของพนักงานทุกคน ทุกตำแหน่ง และยังจัดกิจกรรมเพื่อสังคมโดยจัดให้มีโครงการ Donate Blood Donate Love เชิญชวนพนักงาน ลูกค้า และประชาชน ร่วมบริจาคโลหิตให้แก่สภากาชาดไทยในปี 2020 บริษัทร่วมกับอัศวินหมาดำทำ “โครงการทำหมันและวัคซีนหมาแมวจรจัด” ลงพื้นที่ชุมชนแม่กลองและสถานีตำรวจภูธรบางปะอินเมื่อเดือน ต.ค. 2020 และโครงการให้ความรู้ผ่าน “อินเตอร์ฟาร์มา ห้องติวบนดอย” ผ่านระบบ Online ให้แก่โรงเรียนบ้านแม่ระเมิง จังหวัดตากในช่วงเดือน ก.พ. 2019 ถึง ก.พ. 2020 **JP:** บริษัทจัดกิจกรรมสนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เช่น การแนะนำการดูแลตัวเองช่วงระบาด COVID-19 มีโปรแกรมตรวจหาเชิงรุกเพื่อค้นหาเชื้อให้กับพนักงาน และจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพให้แก่ชุมชนละแวกใกล้เคียง และมีการมอบผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดมือที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ JSP Pharma Sanitizer Spray 1,000 ลิตร และ JSP Pharma Sanitizer Gel 1,000 หลอด แก่บุคลากร เจ้าหน้าที่และข้าราชการ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน **MEGA:** บริษัทให้ความคุ้มครองด้านการรักษาพยาบาลให้กับพนักงาน เช่นการตรวจสุขภาพประจำปี การให้คำแนะนำแบบตัวต่อตัวในด้านการวางแผนการใช้ชีวิตโดยเน้นสุขภาพเป็นสำคัญ และยังแบ่งปันให้ชุมชุนโดยการจัด Workshop ด้านการสร้างความรู้และการเข้าค่ายเพื่อเรียนรู้การวิเคราะห์สุขภาพ **SMD:** บริษัทมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดโดยได้จัดกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสำหรับกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น การบริจาคเงินให้แก่มูลนิธิธรรมาภิบาลทางการแพทย์และโครงการมอบเครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าชนิดอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator : AED) นอกจากนี้บริษัทมีนโยบายให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐาน เคารพต่อสิทธิและเสรีภาพด้วยการไม่เลือกปฏิบัติควบคู่ไปกับการส่งเสริมความเสมอภาค โดยการไม่แบ่งแยกเพศ ชนชั้น และไม่ใช้แรงงานเด็ก **WINMED:** บริษัทช่วยเหลือสังคม โดยการบริจาคเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ Plasma Intercept Blood System ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากสหรัฐ จำนวน 50 ชุด ให้แก่ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภากาชาดไทย ในโครงการรับบริจาค Covid-19 Convalescent Plasma ในการใช้รักษาผู้ป่วย COVID-19 เมื่อวันที่ 1 พ.ค. 2020 และมีการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมโดยการจัดโครงการ “COINS FOR LIFE” เหรียญเพื่อชีวิต โดยนำเหรียญเงินประเภทต่างๆ ที่รวบรวมไว้ไปแลกเป็นธนบัตรเพื่อนำไปซื้อสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็นสำหรับเด็ก และนำเงินบางส่วนมอบให้เป็นทุนการศึกษาและค่าอาหารกลางวันให้แก่น้องๆ ที่พิการทางสายตา

ESG item	What is the performance?
Governance	**HL:** บริษัทและบริษัทย่อยมีการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนปี 2017 และคณะกรรมการบริษัทมีกระบวนการในการทบทวนการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียนไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้ โครงสร้างคณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการอิสระในจำนวนที่เหมาะสมกับการกำกับดูแลกิจกรรม โดยไม่น้อยกว่า 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด และไม่น้อยกว่า 3 คน สอดคล้องตามเกณฑ์กลต .เพื่อเป็นการถ่วงดุลอำนาจของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ในการออกเสียง และสอบทานการบริหารของฝ่ายบริหารอย่างโปร่งใส **IP:** โครงสร้างกรรมการบริษัทมี 7 คน มีกรรมการที่เป็นผู้บริหาร 3 คน และกรรมการอิสระ 4 คน สัดส่วนของกรรมการอิสระมีมากกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดเพื่อให้เกิดการถ่วงดุลในการออกเสียงในการพิจารณาเรื่องต่างๆ และสอบทานการบริหารของฝ่ายบริหารอย่างโปร่งใส มีการจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่น (Anti-Corruption Policy) เป็นลายลักษณ์อักษร บริษัทให้ความสำคัญในสิทธิพื้นฐานของผู้ถือหุ้น กำหนดให้มีการประชุมสามัญผู้ถือหุ้นปีละครั้ง ในกรณีเร่งด่วนที่กระทบกับผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น จะเรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นเป็นกรณีไป และเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นมีสิทธิอย่างเท่าเทียมกันในการแสดงความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะ ก่อนการลงมติในวาระใดๆ **JP:** บริษัทกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการไว้อย่างชัดเจนในกฎบัตรคณะกรรมการบริษัท โดยมีหน้าที่สำคัญในการพิจารณาและอนุมัติวิสัยทัศน์ ภารกิจ และค่านิยมของบริษัท พิจารณาและอนุมัติแผนกลยุทธ์ทิศทางการดำเนินงาน เป้าหมายและนโยบายของบริษัท ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ และจะติดตาม ประเมินผล และดูแลการรายงานผลการดำเนินงานของบริษัท ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย และให้ความสำคัญและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมพร้อมทั้งมีการพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการและความสามารถในการให้บริการเพื่อประโยชน์ของลูกค้า **MEGA:** คณะกรรมการและผู้บริหารให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งกับการปกป้องและยึดมั่นในสิทธิของผู้ถือหุ้นโดยไม่คำนึงถึงสัดส่วนของการลงทุน และยังส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นของบริษัทบริหารสิทธิที่ชอบตามกฎหมายหรือแนวทางและกฎที่ได้รับการบัญญัติโดยหน่วยงานที่มีอำนาจต่างๆ ภายในประเทศ **SMD:** บริษัทรณรงค์การต่อต้านการทุจริตให้แก่บุคลากรในองค์กร มีการจัดทำนโยบายต่อต้านการทุจริตและคอร์รัปชั่นขึ้นเพื่อประกาศเจตนารมณ์ที่บริษัทจะต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ มุ่งหมายให้ทุกคนในองค์กรได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับการต่อต้านการทุจริตภายใต้นโยบายเดียวกัน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัทได้รับเจตนารมณ์ของบริษัทที่มุ่งมั่นต่อต้านการทุจริต มีการห้ามกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน และลูกจ้างของบริษัทกระทำการอันใดที่เป็นการเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชั่นทุกรูปแบบเพื่อประโยชน์ทางตรงหรือทางอ้อมต่อตนเองครอบครัวเพื่อนและคนรู้จักไม่ว่าตนจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับผู้ให้หรือผู้เสนอให้สินบนทั้งที่เป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินแก่หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนที่บริษัทได้ดำเนินธุรกิจหรือติดต่อด้วยโดยจะปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตอย่างเคร่งครัด **WINMED:** โครงสร้างกรรมการของบริษัทประกอบด้วยกรรมการไม่น้อยกว่า 5 ท่าน และกรรมการอิสระอย่างน้อย 1 ใน 3 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด แต่ต้องไม่น้อยกว่า 3 ท่านเพื่อถ่วงดุลอำนาจ โดยกรรมการทุกท่านประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและคุณสมบัติครบถ้วนตามประกาศของคณะกรรมการกำกับตลาดทุน บริษัทตระหนักถึงสิทธิของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม ผู้มีส่วนได้เสียทุกรายสามารถสอบถาม ร้องเรียน หรือแจ้งเบาะแสการกระทำผิดในเรื่องต่างๆ ตามช่องทางที่บริษัทกำหนดไว้ซึ่งได้เปิดเผยในเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะดำเนินการตรวจสอบต่อไป

บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่
อาคารดี ออฟฟิศเศส แอท 9/999
เซ็นทรัลเวิลด์ ชั้น 18, 25
ถ 1 พระราม.แขวงปทุมวัน
เขตปทุมวัน จกรุงเทพมหานคร.
02-658-9000, 02-658-9500

สำนักงานอัลม่าลิงค์
25อาคารอัลม่าลิงค์ ชั้น 9,14,15
ซ เพลินจิต.ชิดลม ถ.แขวงลุมพินี
เขตปทุมวัน จกรุงเทพมหานคร.
02-646-9600, 02-646-9999

สาขา เซ็นทรัลปิ่นเกล้า 1
7/129-221 อาคารเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า
ทาวเวอร์ ชั้นที่ 16 ห้อง 2160/1
ถ.บรมราชชนนี แขวง อรุณอมรินทร์
เขต บางกอกน้อย จ.กรุงเทพมหานคร
5999-878-02

สาขา บางกระปิ
3 อาคารเอ็นมาร์ค ชั้น 3105
ห้องเลขที่ A3R02 ถลาดพร้าว.
แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ
จกรุงเทพมหานคร.
4545-378-02

สาขา ประชาชื่น
4 อาคารบี ชั้น 1/105
ถ เทศบาลสงเคราะห์.แขวงลาดยาว
เขตจตุจักร จกรุงเทพมหานคร.
9130-580-02

สาขา บางนา
12 หมู่ 589อาคารชุดทาวเวอร์ 1
ออฟฟิศ ชั้น 105/589 ห้องเลขที่ 19
(105/1093 เดิม)
ถ (3.กม)ตราด-บางนา.แขวงบางนา
เขตบางนา จกรุงเทพมหานคร.
7100-740-02

สาขา มิ้นท์ ทาวเวอร์
ชั้น (601 ห้องเลขที่) 6, 7, 9 และ 8
อาคาร มิ้นท์ ทาวเวอร์
เลขที่ ถนนบรรทัดทอง 719
แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน
จกรุงเทพมหานคร.
0700-680-02

สาขา สินธร 1
1 อาคารสินธร ทาวเวอร์ 132-130
ชั้น 2ถวิทยุ แขวงลุมพินี.
เขตปทุมวัน จกรุงเทพมหานคร.
4100-690-02

สาขา เคี่ยนหงวน)สินธร (2
1/140อาคารเคี่ยนหงวน 18 ชั้น 2
ถวิทยุ แขวงลุมพินี.
เขตปทุมวัน จกรุงเทพมหานคร.
1717-254-02

สาขา สาทร
เลขที่ 16 ชั้น 32/48
อาคารทิสโก้ทาวเวอร์ ถนนสาทรเหนือ
แขวงสีลม เขตบางรัก
จกรุงเทพมหานคร.
4859-036-02

สาขา รังสิต
17 หมู่ 3 ,2.5 ,2 ชั้น 832/1
ซอยพหลโยธิน ถนนพหลโยธิน 60
ตลำลูกกา.คูคต อ. จปทุมธานี.
8180-993-02

สาขา รัตนาธิเบศร์
รัตนาธิเบศร์.ถ 576
ตเมืองนนทบุรี.บางกระสอ อ.
จนนทบุรี.
8300-831-02

สาขา แจ้งวัฒนะ
9/99 ,99
เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ ออฟฟิศ ทาวเวอร์
ยูนิตเลขที่ 19 ชั้น 1904
หมู่ บางตลาด ,แจ้งวัฒนะ.ถ 2
ปากเกร็ดนนทบุรี.จ ,
4193-005-02

สาขา ขอนแก่น
1/311
ถ) กลางเมือง.ฝั่งริมบึงแก่นนคร(
ตในเมือง .
อขอนแก่น.เมืองขอนแก่น จ.
925-058-043

สาขา อุดรธานี
3/213 ,29/197
ถหมากแข้ง .อุดรดุษฎี ต.
ออุดรธานี.เมืองอุดรธานี จ.
042-245-589

สาขาเชียงใหม่
310
หมู่บ้านเชียงใหม่แลนด์
ถช้างคลาน.ช้างคลาน ต.
อเชียงใหม่.เมือง จ.
889-235-053,711-204-053

สาขา เชียงราย
ริมกก.ต 4 หมู่ 15/353
อเชียงราย.เมืองเชียงราย จ.
053-750-120

สาขา สมุทรสาคร
เลขที่ ถนนนรสิงห์ 30/813ตำบลมหาชัย
อำเภอเมืองสมุทรสาคร
จ.สมุทรสาคร
045-428-034

สาขา แม่สาย
แม่สาย.ต 10 หมู่ 119
อเชียงราย.แม่สาย จ.
053-640-599

สาขา นครราชสีมา
1/198ตรอกสมอราย
ตในเมือง.
อนครราชสีมา.เมืองนครราชสีมา จ.
044-288-700, 044-014-322,
044-014-323

สาขา ออนไลน์ภูเก็ต
18/22
ถ.หลวงพ่อวัดฉลอง
ต.ตลาดใหญ่ อ เมืองภูเก็ต.
จภูเก็ต.
076-210-499

สาขา หาดใหญ่
ประชาธิปัตย์.ชั้นลอย ถ 106
ตสงขลา.หาดใหญ่ จ.หาดใหญ่ อ.
777-243-074

สาขา สุราษฎ์ธานี
1 หมู่ 84-83/173ถบางใหญ่-วัดโพธิ์.
ตเมืองสุราษฎ์ธานี.มะขามเตี้ย อ.
จสุราษฎ์ธานี.
077-222-595

สาขา ตรัง
ทับเที่ยง.ห้วยยอด ต.ถ 28/59
อตรัง.เมืองตรัง จ.
075-211-219

สาขา ปัตตานี
รูสะมิแล.ต 4 หมู่ 70-69/300
อปัตตานี.เมือง จ.
073-350-140-4

คำนิยามของคำแนะนำการลงทุน

BUY	เนื่องจากราคาปัจจุบัน "ซื้อ"**ต่ำกว่า** มูลค่าตามปัจจัยพื้นฐาน โดยคาดหวังผลตอบแทน 10%
HOLD	เนื่องจากราคาปัจจุบัน "ถือ"**ต่ำกว่า** มูลค่าตามปัจจัยพื้นฐาน โดยคาดหวังผลตอบแทน 0 - %10%
SELL	เนื่องจากราคาปัจจุบัน "ขาย"**สูงกว่า** มูลค่าตามปัจจัยพื้นฐาน
TRADING BUY	เนื่องจากมีประเด็นที่มีผลบวกต่อราคาหุ้นในระยะสั้น แม้ว่าราคาปัจจุบันจะสูงกว่ามูลค่าตามปัจจัยพื้นฐาน "ซื้อเก็งกำไรระยะสั้น"
OVERWEIGHT	เนื่องจากคาดหวังผลตอบแทนที่ "ลงทุนมากกว่าตลาด"**สูงกว่า ตลาด**
NEUTRAL	เนื่องจากคาดหวังผลตอบแทนที่ "ลงทุนเท่ากับตลาด"**เท่ากับ ตลาด**
UNDERWEIGHT	เนื่องจากคาดหวังผลตอบแทนที่ "ลงทุนน้อยกว่าตลาด"**ต่ำกว่า ตลาด**

หมายเหตุ :ผลตอบแทนที่คาดหวังอาจเปลี่ยนแปลงตามความเสี่ยงของตลาดที่เพิ่มขึ้น หรือลดลงในขณะนั้น

DISCLAIMER :รายงานฉบับนี้จัดทำโดยบริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด " (มหาชน)บริษัท "ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ถูกจัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่เชื่อว่าหรือควรเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือ และหรือมีความถูกต้อง อย่างไรก็ตามบริษัทไม่รับรองความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลและความเห็นที่ปรากฏอยู่ในรายงาน/ยนแปลงฉบับนี้อาจมีการเปลี่ แก้ไข หรือเพิ่มเติมได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า บริษัทไม่มีความประสงค์ที่จะชักจูงหรือชี้ชวนให้ผู้ลงทุน ลงทุนซื้อหรือขายหลักทรัพย์ตามที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ รวมทั้งบริษัทไม่ได้รับประกันผลตอบแทนหรือราคาของหลักทรัพย์ตามข้อมูลที่ปรากฏแต่อย่างใด บริษัทจึงไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลหรือความเห็นในรายงานฉบับนี้ไปใช้ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลและใช้ดุลยพินิจอย่างรอบคอบในการตัดสินใจลงทุน

บริษัทขอสงวนลิขสิทธิ์ในข้อมูลและความเห็นที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ห้ามมิให้ผู้ใดนำข้อมูลและความเห็นในรายงานฉบับนี้ไปใช้ประโยชน์ คัดลอก ดัดแปลง ทำซ้ำ นำออก แสดงหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน โดยไม่ได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบริษัทล่วงหน้า การลงทุนในหลักทรัพย์มีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลและพิจารณาอย่างรอบคอบก่อนการตัดสินใจลงทุน

บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด) อาจเป็นผู้ดูแลสภาพคล่อง (มหาชน)Market Maker) และผู้ออกใบสำคัญแสดงสิทธิอนุพันธ์ (Derivative Warrants บนหลักทรัพย์ (AAV, ADVANC, AEONTS, AMATA, ANAN, AOT, AP, BANPU, BBL, BCH, BCP, BCPG, BDMS, BEAUTY, BEC, BEM, BGRIM, BH, BJC, BLAND, BPP, BTS, CBG, CENTEL, CHG, CK, CKP, COM7, CPALL, CPF, CPN, DELTA, DTAC, EA, EGCO, EPG, ERW, ESSO, GFPT, GLOBAL, GPSC, GULF, GUNKUL, HANA, HMPRO, INTUCH, IRPC, IVL, JAS, JMT, KBANK, KCE, KKP, KTB, KTC, LH, MAJOR, MBK, MEGA, MINT, MTC, ORI, OSP, PLANB, PRM, PSH, PSL, PTG, PTT, PTTEP, PTTGC, QH, RATCH, ROBINS, RS, SAWAD, SCB, SCC, SGP, SIRI, SPALI, SPRC, STA, STEC, SUPER, TASCO, TCAP, THAI, THANI, TISCO, TKN, TMB, TOA, TOP, TPIPP, TRUE, TTW, TU, TVO, WHA และ SET50 Future โดยบริษัทฯ อาจจัดทำบทวิเคราะห์ของหลักทรัพย์อ้างอิงดังกล่าว ดังนั้น นักลงทุนควรศึกษารายละเอียดในหนังสือชี้ชวนของใบสำคัญแสดงสิทธิอนุพันธ์ดังกล่าวก่อนตัดสินใจลงทุน

Thai Institute of Directors Association (IOD) – Corporate Governance Report Rating 2020

ช่วงคะแนน	สัญลักษณ์	ความหมาย
100-90		ดีเลิศ
80-89		ดีมาก
70-79		ดี
60-69		ดีพอใช้
50-59		ผ่าน
<50	no logo given	n/a

สัญลักษณ์ N/R หมายถึง "ไม่ปรากฏชื่อในรายงาน CGR"

IOD)IOD Disclaimer(

ผลสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนที่แสดงไว้นี้ เป็นผลที่ได้จากการสำรวจและประเมินข้อมูลที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เปิดเผยต่อสาธารณะ และเป็นข้อมูลที่ผู้ลงทุนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ ผลสำรวจดังกล่าวจึงเป็นการนำเสนอข้อมูลในมุมมอง ("บริษัทจดทะเบียน") ของบุคคลภายนอกต่อมาตรฐานการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน โดยไม่ได้เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานหรือการดำเนินกิจการของบริษัทจดทะเบียน อีกทั้งมิได้ใช้ข้อมูลภายในของบริษัทจดทะเบียนในการประเมิน ดังนั้น ผลสำรวจที่แสดงนี้จึงไม่ได้เป็นการรับรองถึงผลการปฏิบัติงานหรือการดำเนินการของบริษัทจดทะเบียน และไม่ถือเป็นการให้คำแนะนำในการลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนหรือคำแนะนำใดๆ ผู้ใช้ข้อมูลจึงควรใช้วิจารณญาณของตนเองในการวิเคราะห์และตัดสินใจในการใช้ข้อมูลใด ๆ ที่เกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนที่แสดงในผลสำรวจนี้

ทั้งนี้ บริษัทหลักทรัพย์ ฟินันเซีย ไซรัส จำกัด (มหาชน) มิได้ยืนยันหรือรับรองถึงความครบถ้วนและถูกต้องของผลสำรวจดังกล่าวแต่อย่างใด

โครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต (THAI CAC)

ข้อมูล 1CG Score ประจำปี 2563 จาก สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย

2 ข้อมูลบริษัทที่เข้าร่วมโครงการแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านทุจริต)Thai CAC ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (

) ข้อมูล ณ วันที่ 24 มิถุนายน กลุ่ม คือ 2 มี (2562

- ได้ประกาศเจตนารมณ์เข้าร่วม CAC
- ได้รับการรับรอง CAC