

หุ้นแนะนำ เดือนตุลาคม'60

ฝ่ายวิเคราะห์หลักทรัพย์
บล.ไอร่า จำกัด (มหาชน)

ราคาเป้าหมาย ประเด็นน่าสนใจ

ADVANC 229.00 บาท คาด 3Q/60 มีกำไรสุทธิ 7,700 ล้านบาท ดีสุดในรอบ 5 ไตรมาส

(ปี'61)

สถานการณ์การแข่งขันเริ่มดีขึ้น กลยุทธ์ Subsidy เริ่มลดลง หันมาแข่งขันด้าน Package เพิ่มขึ้น คาดช่วยกระตุ้นให้มีการใช้งานในอุตสาหกรรม คาดปี'61 กำไรสุทธิ +15.6% และคาด Div.Yield ประมาณ 4.3%

BCP 46.00 บาท

(ปี'61)

ราคาหุ้นยัง Laggard หุ้นอื่นๆ ในกลุ่มโรงกลั่น และราคา BCPG ที่ปรับขึ้นยังไม่สะท้อนในราคา BCP คาด 3Q/60 ผลการดำเนินงานมีแนวโน้มโดดเด่นตามค่าการกลั่น และคาดมีกำไรจาก Stock ตามราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น

COMAN 8.50 บาท

(ปี'61)

คาดผลการดำเนินงานผ่านจุดต่ำสุดไปแล้ว และคาดมีโอกาสดำเนิน New High ในช่วง 2H/60 ส่วนหนึ่งจาก Backlog ที่รอรับรู้รายได้ 45 ล้านบาท ขณะที่คาด COMAN ยังมีโอกาสเติบโตทั้ง Organic และ Non-organic Growth พร้อมคาดในปี'61 กำไรสุทธิ เติบโตก้าวกระโดด หลังคาดลดลง 10% ในปี'60

ราคาเป้าหมาย ประเด็นน่าสนใจ

IHL	13.80 บาท (ปี'61)	คาดการณ์การดำเนินงานมีแนวโน้มดีขึ้น ส่วนหนึ่งตามยอดการผลิตรถยนต์ที่ฟื้นตัว พร้อมคาด IHL ยังได้รับประโยชน์จาก (1) ต้นทุนวัตถุดิบที่ทรงตัวในระดับต่ำ และ (2) รายได้จากงานฟอกหนังวัว จากแผนเพิ่มกำลังการผลิตต่อเนื่อง คาดกำลังการผลิตสูงถึง 3.0 ล้านตัว ในปี'62
MONO	4.50 บาท (ปี'60)	คาดการณ์การดำเนินงาน 2H/60 เติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะ 3Q/60 คาดเป็นไตรมาสที่ดีที่สุดของปี จากรายได้ค่าโฆษณาที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง พร้อมคาดปี'60 พลิกกลับมีกำไรสุทธิ หลังขาดทุนต่อเนื่องช่วงที่ผ่านมา
SPALI	25.20 บาท (ปี'61)	คาดยอดขาย 3Q/60 มีโอกาสทำ New High พร้อมคาดยอดขายทั้งปี'60 ทำได้สูงกว่าเป้าหมายที่ 27,000 ล้านบาท ขณะที่คาดการณ์การดำเนินงาน 2H/60 มีแนวโน้มโดดเด่นกว่า 1H/60 และยังมี Backlog รองรับการเติบโตในอนาคต
TMT	16.50 บาท (ปี'61)	มี Market Share เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แม้ภาพรวมการบริโภคหลักในประเทศทรงตัว ขณะที่ได้รับปัจจัยบวก (1) ระยะสั้น จากผลประกอบการ 3Q/60 โดดเด่น ทั้ง qoq และ yoy (2) ระยะยาว จากเงินปันผล คาด Div.Yield ประมาณ 5 – 6%

ADVANC

“อุตสาหกรรม Healthy ขึ้น แนวโน้มกำไรปีหน้าดีกว่าที่เคยมองไว้”



AIS

3Q/60 ลูกค้าเริ่มหยุดไหล การ Subsidy ถูกใช้อย่างจำกัด และ ประหยัดได้จาก USO ที่ลดลง คาดกำไรสุทธิ 7.7 พันล้านบาท +7% QoQ และ +18.2% YoY ดีที่สุดในรอบ 5 ไตรมาส



คาด 3Q/60 มีกำไรสุทธิ 7.7 พันล้านบาท +7% QoQ และ +18.2% YoY ดีที่สุดในรอบ 5 ไตรมาส โดยมีปัจจัยหนุนจาก (1) จำนวนลูกค้าสุทธิที่เริ่มกลับมาเป็นบวก (คาด +2 แสนราย QoQ) หลังปรับกลยุทธ์จากการกระตุ้นลูกค้า Prepaid ให้เปลี่ยนเป็น Postpaid ยังดำเนินได้ดี ขณะที่ผลร้ายจากการเร่งทำตลาด Prepaid มากเกินไปใน 4Q/59 (ลูกค้ามารับเครื่องฯ แต่สุดท้ายไหลออก) เริ่มหมดไป (2) ค่าใช้จ่ายในการ Subsidy ถูกใช้อย่างจำกัด หลังการแข่งขันด้วยกลยุทธ์นี้ในอุตสาหกรรมเริ่มเบาบางลงมาตั้งแต่ 2Q/60 และ (3) การประหยัดได้จาก USO ที่ลดลง 1.25% คาดรับรู้เต็มไตรมาส (รับรู้เพียงเดือนเดียวใน 2Q/60)

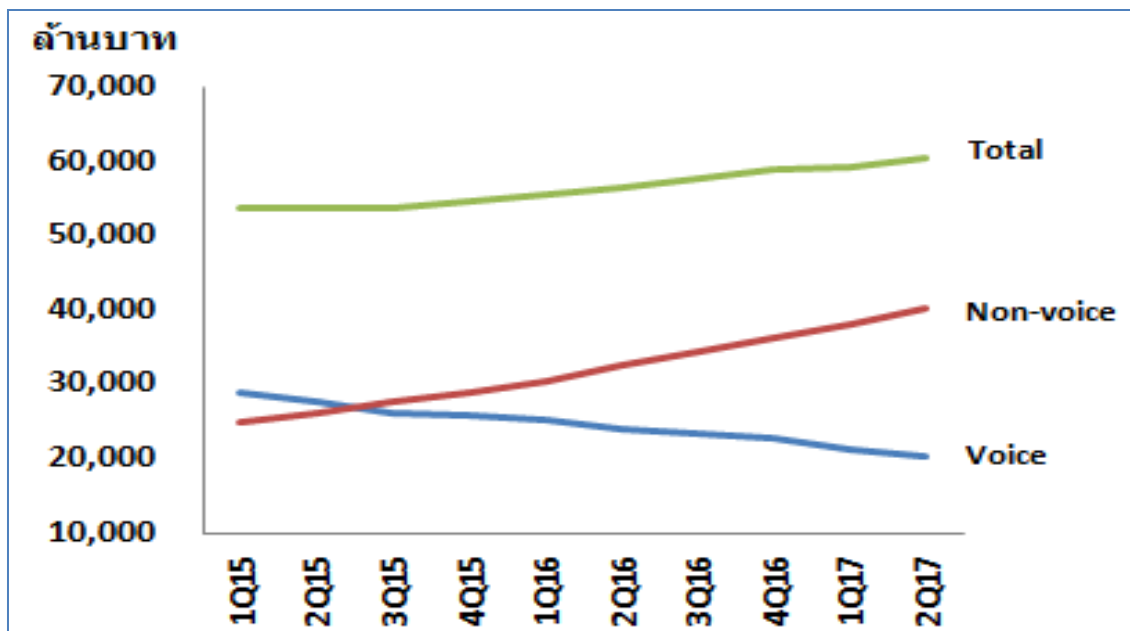
Financial Results

Income Statement (MnBt.)	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17	2Q17	3Q17F	%qoq	%yoy
Service Revenues (Ex-IC)	30,309	30,150	29,804	29,887	30,148	30,169	30,627	31,618	31,364	32,153	32,489	1.0%	6.1%
Handset Sales & Other	8,288	5,733	5,356	8,422	5,663	4,882	5,064	8,315	6,407	5,858	4,686	-20.0%	-7.5%
Total Revenue	38,596	35,883	35,160	38,309	35,811	35,051	35,690	39,932	37,771	38,011	37,175	-2.2%	4.2%
Operating Expense (Ex-IC)	21,671	18,833	19,076	19,063	16,606	16,077	19,414	25,514	22,038	21,526	20,267	-5.9%	4.4%
Gross Profit	16,926	17,050	16,085	19,246	19,205	18,974	16,276	14,418	15,733	16,484	16,908	2.6%	3.9%
SG&A	4,676	4,876	4,896	5,643	8,095	6,460	7,260	7,961	5,439	6,701	6,481	-3.3%	-10.7%
Core Profit	9,760	9,503	8,596	10,595	8,896	9,418	6,462	6,462	7,542	7,203	7,721	7.2%	19.5%
Net Profit	9,897	9,849	8,616	10,791	8,073	9,596	6,529	6,468	7,693	7,215	7,721	7.0%	18.2%
Gross Profit Margin (%)	43.85%	47.52%	45.75%	50.24%	53.63%	54.13%	45.60%	36.11%	41.65%	43.37%	45.48%		
Net Profit Margin (%)	25.64%	27.45%	24.50%	28.17%	22.54%	27.38%	18.29%	16.20%	20.37%	18.98%	20.77%		

ที่มา: ADVANC และประมาณการโดย AIRA

การแข่งขันด้านราคาเบาบางลง ปริมาณการใช้งานทั้งระบบ เติบโตขึ้นในอัตราเร่ง ภาพรวมอุตสาหกรรมดูดีขึ้นต่อเนื่อง

เราเริ่มสังเกตเห็นการแข่งขันที่เบาบางลงตั้งแต่ 2Q/60 จากผู้เล่นที่ถอยออกจากกลยุทธ์ Subsidy แต่หันมาแข่งขันในแง่ของ Package ที่เป็นแบบ Unlimited Usage มากขึ้น ซึ่งเรามองในแง่ดีว่าจะเป็นการกระตุ้นการใช้งานในอุตสาหกรรม สะท้อนจากรายได้ DATA ของทั้งอุตสาหกรรมที่เติบโตต่อเนื่อง (2Q/60 +23% YoY) และสามารถทดแทนการหดตัวของรายได้ Voice ในช่วงหลังได้ พร้อมกันนี้เราพบว่า ARPU ของอุตสาหกรรมเริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยตั้งแต่ 2Q/60 แม้จะมีการแข่งขันกันนำเสนอ Package ต่างๆ เป็นการส่งสัญญาณว่า อุตสาหกรรมกำลังค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้น



Source: ADVANC, DTAC, TRUE

ควบรวม CSL มี Synergy + อุตสาหกรรม Healthy ขึ้น แนวโน้ม กำไรปีหน้าดีกว่าที่เคยมองไว้ ครั้งนี้ปรับมูลค่าเหมาะสมขึ้นเป็น 229 บาท (เดิม 187 บาท) แนะนำ “ซื้อลงทุน” (เดิม “ถือ”)



นอกเหนือจากมุมมองของอุตสาหกรรมที่ดีขึ้น ทั้งในแง่ของการแข่งขันในปัจจุบัน และกำหนดการประมูลคลื่นอย่างน้อย 2 ใบในปีหน้า ที่เรายังไม่เห็นผู้เล่นรายที่ 4 ที่มีศักยภาพ และพร้อมจะเข้ามาแข่งขัน Bid ราคา ขณะที่ความพยายามในการควบรวม CSL เรามองเป็นบวก จาก Synergy ร่วมกันทั้งในแง่ของฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น (CSL เป็นลูกค้าธุรกิจ) การใช้ Gateway และโครงข่าย Fiber Optic ร่วมกัน (คาดกระทบกำไรและ EBITDA ราว 1%) รวมแล้วทำให้แนวโน้มผลประกอบการปี'61 เป็นภาพของการเติบโตมากขึ้นเป็น +15.6% YoY (เดิมคาด Flat ในปี'60-61) ครั้งนี้เราจึงปรับมูลค่าเหมาะสมขึ้นเป็น 229 บาท Dividend Yield ยังน่าสนใจที่ 4.3% แนะนำ “ซื้อลงทุน”

Financial Summary

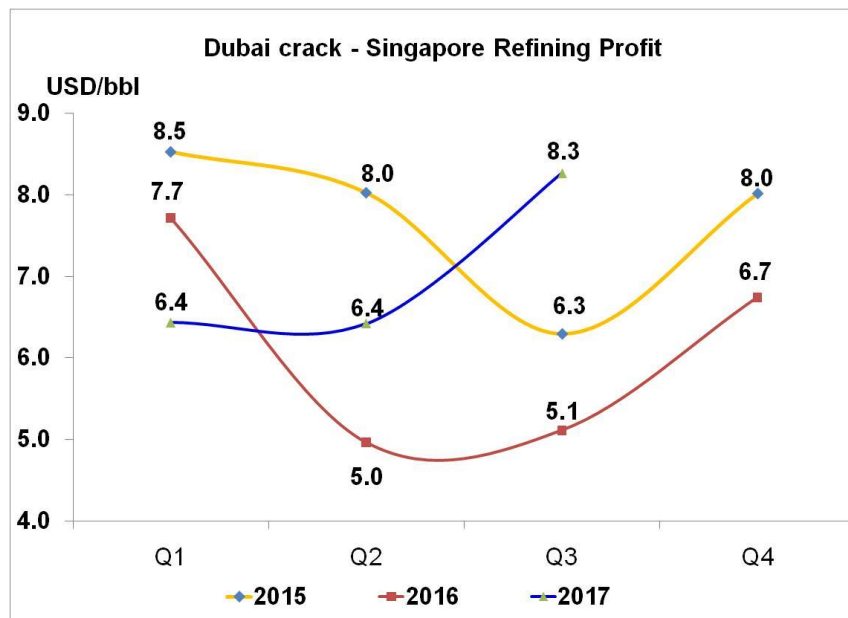
	FY14	FY15	FY16	FY17F	FY18F
Revenue	148,729	154,743	152,150	162,537	170,345
Growth (%)	4.2%	4.0%	-1.7%	6.8%	4.8%
Core Profit	36,508	38,454	31,237	30,471	35,213
Growth (%)	0.0%	5.3%	-18.8%	-2.5%	15.6%
EPS	12.12	13.17	10.32	10.25	11.84
BVPS	15.72	16.27	14.32	17.21	21.25
DPS	12.00	12.99	10.08	7.17	8.29
PE	20.71	11.54	14.25	18.83	16.29
PBV	15.96	9.34	10.27	11.21	9.08
Dividend Yield (%)	4.8%	8.5%	6.9%	3.7%	4.3%

ที่มา: ADVANC และประมาณการโดย AIRA

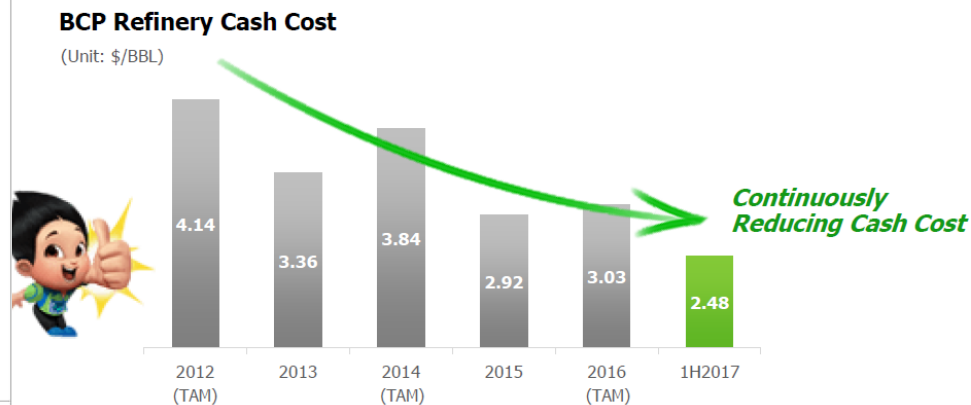
BCP



1. ธุรกิจโรงกลั่น



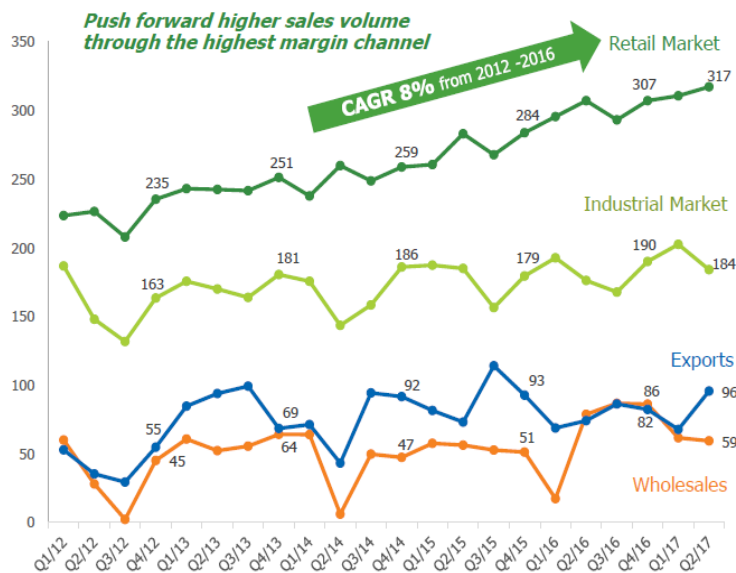
More efficient use of energy in BCP refinery



ที่มา : BISNEWS

- ❑ ค่าการกลั่นตลาดสิงคโปร์ในช่วง 3Q/60 อยู่ที่ 8.3 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้น 30% qoq และ 32% yoy จากปริมาณความต้องการใช้น้ำมันสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจในภูมิภาค และผลกระทบระยะสั้นจากพายุเฮอริเคนในช่วงที่ผ่านมา โดยค่าการกลั่นของน้ำมันเบนซินอยู่ที่ 16.2 USD/bbl เพิ่มขึ้น 14% qoq ส่วนค่าการกลั่นของน้ำมันดีเซล 3Q/60 อยู่ที่ 13.8 USD/bbl เพิ่มขึ้น 22% qoq โดย BCP มีอัตราส่วนการกลั่นน้ำมันดีเซลอยู่ที่ 50% และจะได้รับประโยชน์จากค่าการกลั่นของดีเซลที่เพิ่มขึ้นสูง
- ❑ BCP อยู่ระหว่างปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต เห็นได้จากต้นทุนการผลิต (Cash cost) ที่ลดลง จาก 2.0 USD/bbl ในปี '59 เป็น 2.5 USD/bbl ในช่วง 1H/60
- ❑ ในช่วง 6M/60 ที่ผ่านมา EBITDA ของธุรกิจโรงกลั่น คิดเป็น 48% ของ EBITDA รวมของ BCP

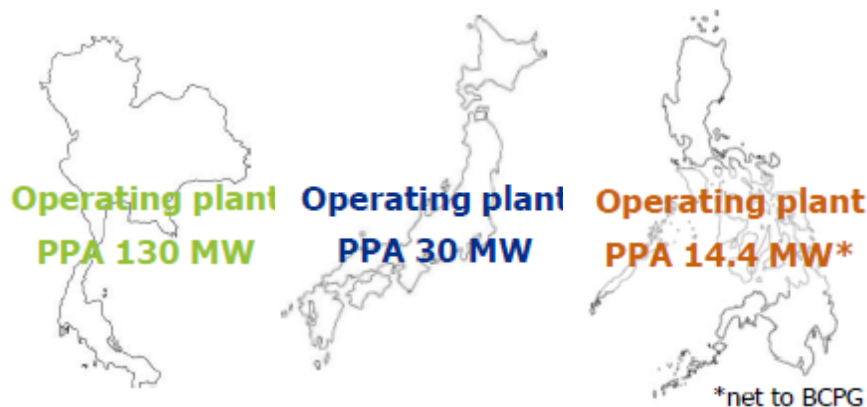
2.ธุรกิจการตลาด



ที่มา : BISNEWS

- ❑ สัดส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันของ BCP ผ่าน สถานีบริการ : อุตสาหกรรม : ส่งออก : ค้าส่ง = 48% : 28% : 15% : 9% ตามลำดับ โดยช่องทางผ่านสถานีบริการได้กำไรสูงสุด ดังนั้นกลยุทธ์ของ BCP จึงมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายน้ำมันสำเร็จรูปผ่านช่องทางสถานีบริการ ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างโดดเด่น
- ❑ อยู่ระหว่างขยายธุรกิจการตลาด โดย BCP ตั้งเป้า (1) เปิดสถานีบริการเพิ่มอีก 19 แห่ง เป็น 1,143 แห่ง (2) เปิดร้านกาแฟอินทนิล เพิ่มอีก 120 สาขา ในปี '60 และตั้งเป้าจะมี 900 สาขาในปี'64 และ (3) เปิดร้าน SPAR เพิ่มอีก 34 สาขา ในปี'60 และตั้งเป้า 400 สาขาในปี'64
- ❑ ในช่วง 6M/60 ที่ผ่านมา EBITDA ของธุรกิจการตลาด คิดเป็น 23% ของ EBITDA รวมของ BCP

3.ธุรกิจโรงไฟฟ้า



Short Term Growth

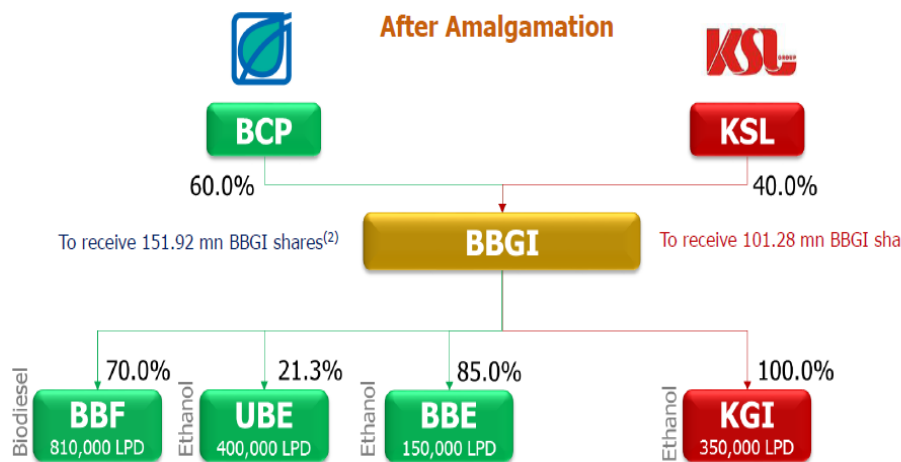
- Focus on high margin conventional renewable energy projects and explore regional market opportunities.



ที่มา : BCP

- BCP ประกอบธุรกิจโรงไฟฟ้า ผ่านการถือหุ้น 70.28% ใน BCPG
- BCPG ประกอบธุรกิจโรงไฟฟ้า มีกำลังการผลิตรวม 174.4 MW แบ่งออกเป็น (1) ธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ในประเทศไทย จำนวน 130 MW (2) ธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ญี่ปุ่น จำนวน 30MW และ (3) ธุรกิจโรงไฟฟ้าพลังงานลม ที่ฟิลิปปินส์ จำนวน 14.4 MW
- คาดว่าในช่วง 3Q/60 จะมีกำลังการผลิตเพิ่มเป็น 332.4 MW จากการเข้าซื้อกิจการโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนใต้พิภพที่อินโดนีเซีย ซึ่งมีกำลังการผลิต คิดตามส่วนที่ BCPG ถือ 33.33% อยู่ที่ 158 MW และคาดว่าจะสามารถรับรู้ผลการดำเนินงานเข้ามาที่ BCPG ได้ตั้งแต่ 3Q/60 เป็นต้นไป
- ในช่วง 6M/60 ที่ผ่านมา EBITDA ของธุรกิจโรงไฟฟ้าคิดเป็น 23% ของ EBITDA รวมของ BCP

4.ธุรกิจไบโอดีเซลและเอทานอล



ที่มา : BCP

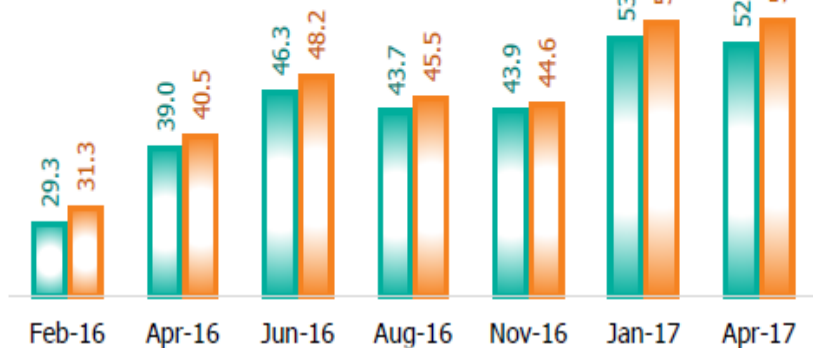
- อยู่ระหว่างปรับโครงสร้างธุรกิจ โดยการจัดตั้ง BBGI ซึ่งถือหุ้นโดย BCP 60% และ KSL 40% ซึ่งเรามองว่าการได้ร่วมธุรกิจระหว่าง BCP กับ KSL จะเกิด Synergy กับทั้ง 2 ฝ่าย โดย BCP สามารถลดความเสี่ยงด้านการจัดหาวัตถุดิบ ในขณะที่ KSL สามารถลดความเสี่ยงด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- เนื่องจากธุรกิจทั้งไบโอดีเซลและเอทานอล คาดว่าจะไม่ได้สร้างผลตอบแทนมากนักในช่วงที่ราคาน้ำมันดิบอยู่ในระดับต่ำ BCP จึงมีกลยุทธ์ที่จะเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยการนำผลพลอยได้ไปต่อยอดเข้าสู่ธุรกิจ อาหาร ยา และเครื่องสำอางค์ เป็นต้น
- ในช่วง 6M/60 ที่ผ่านมา EBITDA ของธุรกิจไบโอดีเซลและเอทานอลคิดเป็น 4% ของ EBITDA รวมของ BCP

5.ธุรกิจพลังงานต้นน้ำ

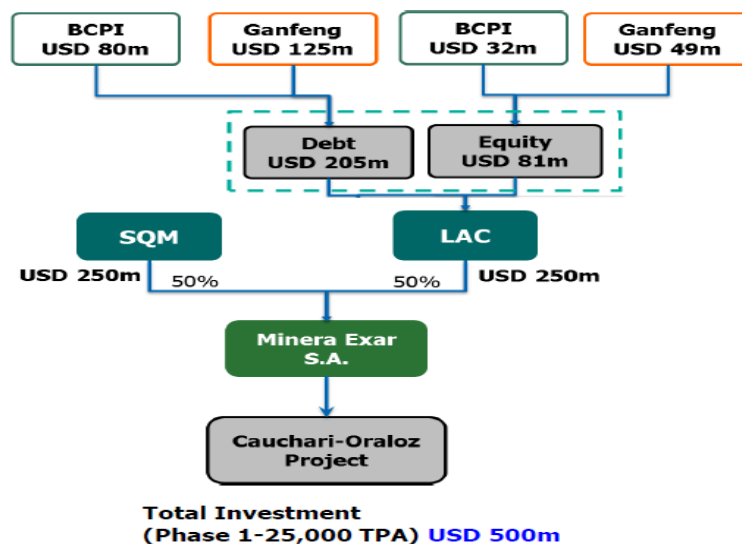
Nido Selling Price is premium to Dubai price

Unit: \$/BBL

■ Dubai ■ Nido



ที่มา : BCP



- ❑ คาดธุรกิจสำรวจและผลิตน้ำมันของ BCP ผ่านการถือหุ้น 100% ใน Nido จะฟื้นตัวขึ้นในช่วง 3Q/60 ตามราคาน้ำมันดิบที่เพิ่มขึ้น ถ้าสุทธาคาน้ำมันดิบดูไบ อยู่ที่ 56 USD/bbl สูงสุดในรอบ 2 ปี
- ❑ BCP อยู่ระหว่างจัดโครงสร้างธุรกิจ เพื่อเข้าสู่ธุรกิจเหมืองลิเทียม โดยการถือหุ้น 16% ใน LAC โดยการลงทุนในแหล่ง Cauchari Oraloiz ในอาร์เจนตินา ใช้เงินลงทุนทั้งโครงการ 500 M.USD มีกำลังการผลิต 25,000 ตันต่อปี คาดจะสามารถเริ่มผลิตได้ในปี'62
- ❑ ในช่วง 6M/60 ที่ผ่านมา EBITDA ของธุรกิจพลังงานต้นน้ำคิดเป็นเพียง 3% ของ EBITDA รวมของ BCP

ราคาหุ้นยัง laggard หุ้นในกลุ่มเดียวกัน : P/E ต่ำ เงินปันผลสูง

- ❑ ราคาหุ้นของ BCP ยัง laggard หุ้นในกลุ่มโรงกลั่นอื่นๆ แม้แต่การเพิ่มขึ้นของราคาหุ้น BCPG ซึ่ง BCP ถือหุ้นอยู่ 70.28% ก็ยังไม่สะท้อนในราคาหุ้นของ BCP
- ❑ ราคาปัจจุบันซื้อขายอยู่ที่ P/E เพียง 10.2 เท่า ในขณะที่คาดเงินปันผลปี'60 ที่ 2.10 บาทต่อปี คิดเป็นอัตราผลตอบแทนจากเงินปันผล 5.3% (ในช่วง 1H/60 จ่ายไปแล้ว 1.05 บาทต่อหุ้น)
- ❑ เราคาดผลการดำเนินงานปี '60 จะมีกำไรสุทธิ 5,327 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12% yoy หลักๆ จากผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงกลั่น ที่ค่าการกลั่นเพิ่มขึ้นโดดเด่น และคาดจะมีกำไรจากสต็อกน้ำมันในช่วง 3Q/60 ตามราคาน้ำมันดิบที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่กำไรจากธุรกิจไฟฟ้าของ BCPG มีความสม่ำเสมอและการเติบโต นอกจากนี้ยังมีโอกาสเติบโตจากการเข้าสู่ธุรกิจเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และเหมืองลิเทียมที่อาร์เจนตินา
- ❑ ประเมินราคาเป้าหมายปี '61 อยู่ที่ 46.00 บาท (P/E 11 เท่า) แนะนำ “ซื้อ”

Financial Summary

	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY18F
Revenue	151,140	144,705	161,346	169,414	177,884
Growth (%)	-17.4%	-4.3%	11.5%	5.0%	5.0%
Net Profit	4,151	4,773	5,327	5,751	5,861
Growth (%)	483.3%	15.0%	11.6%	8.0%	1.9%
EPS	3.01	3.47	3.87	4.18	4.26
BV	25.77	28.72	30.18	31.90	33.66
Dividend	2.00	1.80	2.10	2.10	2.13
P/E	13.10	11.39	10.21	9.46	9.28
P/BV	1.53	1.38	1.31	1.24	1.17
Dividend Yield	6.06%	4.56%	5.31%	5.31%	5.39%

ที่มา : BCP และประมาณการโดย AIRA

COMAN

โครงสร้างกลุ่มบริษัท



pRoMiSe
Retail Management System
Your Strategic Partner

กลุ่มลูกค้าผู้ใช้โปรแกรม Comanche Hotel Software



กว่า 750 โรงแรมทั้งในและต่างประเทศ



ลูกค้าส่วนหนึ่งที่ใช้สินค้าและบริการ

กลุ่มลูกค้าร้านอาหาร
(Restaurant)



DEAN & DELUCA



กลุ่มลูกค้าธุรกิจสปาและสถานความงาม
(Spa & Beauty Clinic)

foto H•tel



กลุ่มลูกค้าธุรกิจค้าปลีก
(Retail)

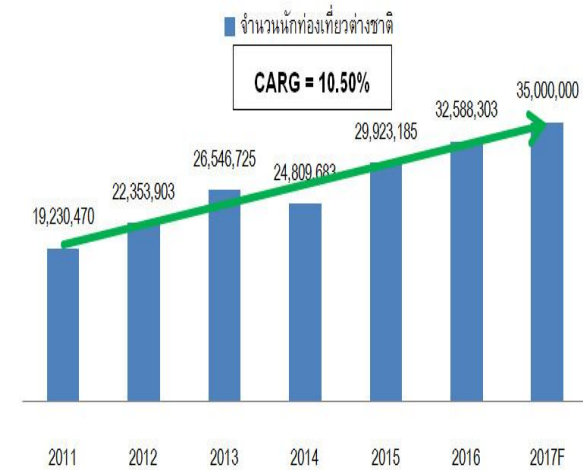


COMAN.....ประเด็นความน่าสนใจ

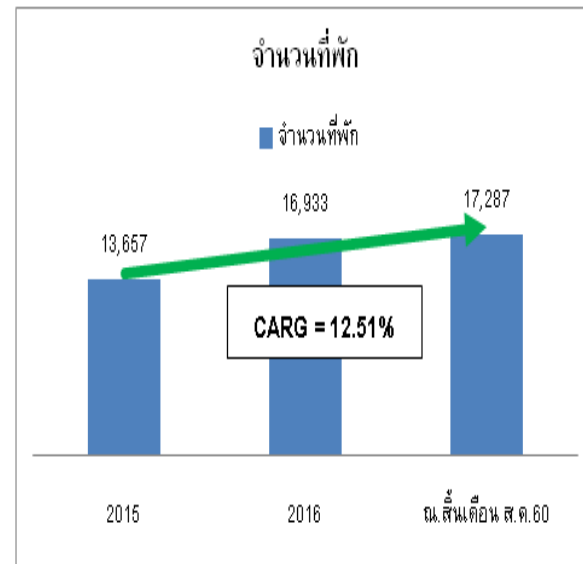
- ผ่านจุดต่ำสุดไปแล้ว และกำลังเข้าสู่ High Season : หลัง 2Q/60 กำไรสุทธิ ลดลงเหลือเพียง 1.9 ล้านบาท ผลกระทบจากการเข้าซื้อกิจการ SYNATURE ทำให้มีค่าใช้จ่ายพิเศษ จำนวน 2.7 ล้านบาท แต่รับรู้รายได้จาก SYNATURE เพียง 10 วัน จำนวน 2.5 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม คาดผลการดำเนินงาน 2H/60 กำไรสุทธิมีโอกาสทำ New High ภายใต้อัตรา (1) Backlog ของ COMAN ไม่ต่ำกว่า 30 ล้านบาท และ MSL 15 ล้านบาท คาดสามารถรับรู้ใน 2H/60 ทั้งจำนวน (2) เข้าสู่ช่วง High Season ของ COMAN , MSL และ SYNATURE และ (3) รับรู้รายได้จาก SYNATURE เต็มไตรมาส ตั้งแต่ 3Q/60 เป็นต้นไป

- โปรแกรม COMANCHE มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน : โดยเฉพาะ Software ต่างประเทศ ซึ่งเป็นคู่แข่งกัน โดย COMANCHE มีความได้เปรียบ (1) ราคาต่ำกว่า 30 - 40 % (2) ไม่กำหนดทำสัญญา Maintenance (3) ระบบภาษีที่แตกต่างจากต่างประเทศ ทำให้ software ต่างประเทศ ต้องปรับให้เข้าระบบไทย (4) การเปลี่ยนใช้ Software อื่นทำได้ยาก เนื่องจาก COMANCHE เชื่อมต่อกับระบบ Core Systems ของโรงแรม เช่น ระบบ Check in และระบบไฟฟ้า เป็นต้น (5) มี Barrier to Entry เนื่องจาก Software โรงแรม ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ



จำนวนที่พัก



ที่มา : ททท. และ AIRA

COMAN....ประเด็นความน่าสนใจ

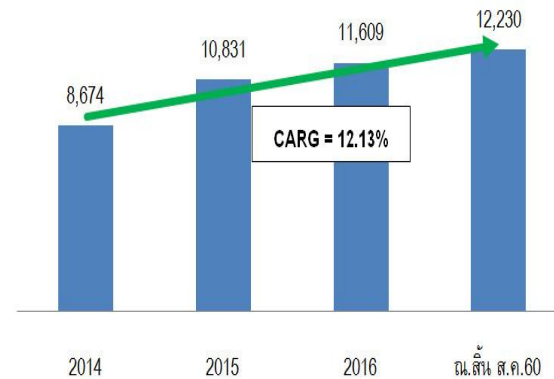
- มีโอกาสเติบโต ทั้งจาก **Organic** และ **Non-Organic growth** : (1) **Organic growth** จากจำนวนที่พัก 17,287 แห่ง (สำรวจจาก ททท.) แบ่งเป็น โรงแรม ระดับ 3 – 5 ดาว ประมาณ 4,000 แห่ง ซึ่งในจำนวนนี้เป็นลูกค้า COMAN เพียง 607 แห่ง คาด COMAN มีโอกาสเติบโตในกลุ่มนี้ ขณะที่ยังมีแผน Launch “COMANCHE Cloud – Base” ใน 4Q/60 เพื่อขยายลูกค้ากลุ่ม โรงแรม 3 ดาวลงมา รวมถึงขยายตลาดไปต่างประเทศ โดยเพิ่มตัวแทนจำหน่ายจากปัจจุบัน 7 ประเทศ เป็น 10 ประเทศ ใน 3Q/60 และอีก 18 ประเทศ ในปี’61 คาดช่วยเพิ่มยอดขายในต่างประเทศ และสามารถรับรู้ตรงไปยังกำไรทันที เนื่องจากไม่มีค่าใช้จ่าย (2) **Non-Organic growth** ภายใต้อการซื้อกิจการ Software ด้านการท่องเที่ยว 3 - 4 คีล เช่น Software สนามกอล์ฟ SPA และระบบจองรถ เป็นต้น

- **SYNATURE** เจ้าตลาด Software ร้านอาหาร : ปัจจุบันมีฐานลูกค้ากว่า 4,000 ร้านค้า เช่น Jones Salad, Dean&Deluca, OOTOYA, BONCHON, LET’s Relax และเสวย เป็นต้น คาดรายได้และกำไรเฉลี่ยปีละ 60 - 70 ล้านบาท และ 10 - 12 ล้านบาท ตามลำดับ พร้อมอยู่ระหว่างการพัฒนา Cloud – Base เพื่อจับตลาดล่างซึ่งเป็นตลาดใหญ่ และคาดช่วยสร้าง Recurring Income คาดเริ่มขายช่วง 4Q/60

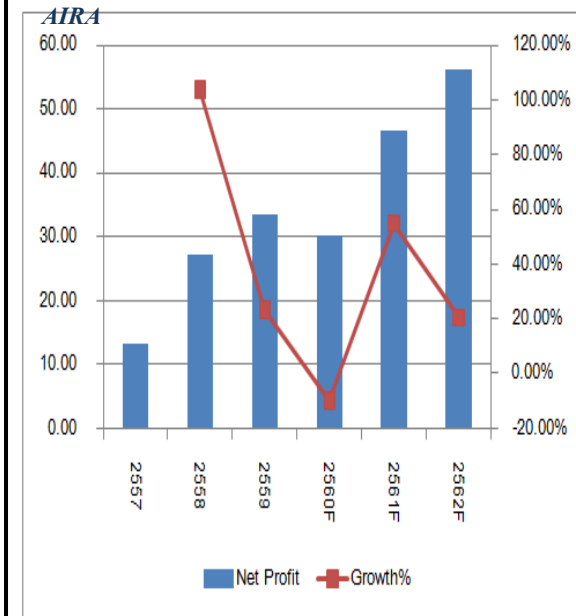
จำนวนร้านอาหารที่จดทะเบียน

Chart Area

■ จำนวนร้านอาหารที่จดทะเบียน



ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และ



ที่มา : COMAN และ AIRA

COMAN....ประเด็นความน่าสนใจ

- **คาดการณ์กำไรสุทธิ ปี'61 เติบโต 54%** : คาดปี'61 กำไรสุทธิ 47 ล้านบาท (EPS 0.35 บาท) เติบโตก้าวกระโดด หลังคาดว่าจะลดลง 10% ในปี'60 ภายใต้อิทธิพล (1) การรับรู้กำไรของ SYNATURE เต็มปี (2) รายได้จากต่างประเทศ ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น จากจำนวนตัวแทนจำหน่ายที่เพิ่มจาก 10 เป็น 18 ราย ในปี'61 (3) Cloud – Base ทั้ง COMAN และ SYNATURE ที่เริ่ม Launch ช่วง 4Q/60 คาดช่วยเพิ่มกำไร และ Recurring Income เนื่องจากต้นทุนในการพัฒนาถูกบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายไปหมดแล้ว
- **เริ่มต้นด้วยคำแนะนำ “ซื้อ”** : ราคาหุ้นปัจจุบันซื้อขายที่ PE adj Cash ปี'61 เพียง 12.80 เท่า ซึ่งยังถูก เมื่อเทียบการเติบโตเฉลี่ย 2 - 3 ปีข้างหน้า ที่ 20% ประเมินราคาเป้าหมายปี'61 ที่ 8.50 บาท อิง PE adj Cash ที่ 17 เท่า

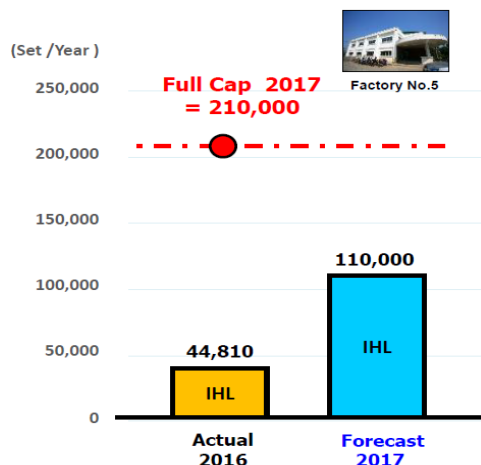
Key Financial Ratio	2557	2558	2559	2560F	2561F	2562F
Revenue	64.38	105.70	133.57	178.37	220.48	233.80
Net Profit	13.29	27.08	33.37	30.06	46.57	56.10
Growth%	0.00%	103.77%	23.24%	-9.90%	54.89%	20.47%
EPS (Bt.)	3.32	2.17	0.45	0.22	0.35	0.42
BV (Bt.)	0.55	8.87	3.05	3.24	3.52	3.81
Dividend (Bt.)	0.00	0.00	0.05	0.11	0.17	0.21
PE	0.00	0.00	38.35	31.42	20.29	16.84
PE adj Cash	0.00	0.00	29.62	20.01	12.82	9.32
PBV	0.00	0.00	3.14	2.17	2.00	1.85
Dividend Yield			0.53%	1.59%	2.46%	2.97%



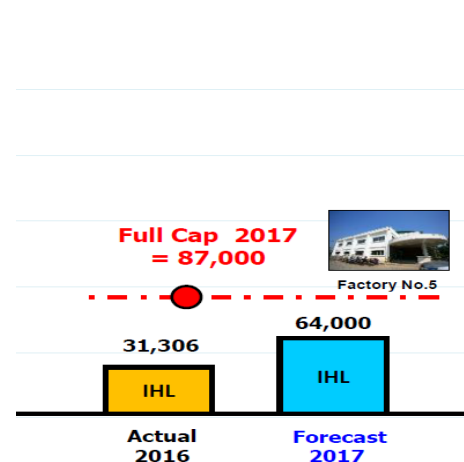
ยอดผลิตรถยนต์พื้นตัว

- เริ่มเห็นสัญญาณบวกจากยอดการผลิตยนต์ – 3Q/60 โดยยอดการผลิตยนต์ – ก.ค. เติบโต 3.3% และก้าวกระโดดในเดือนส.ค. เพิ่มขึ้นสูงถึง 13.5% หลังจาก 1H/60 ลดลง 4.3%
- คาดการณ์การดำเนินงานมีแนวโน้มดีขึ้น ส่วนหนึ่งตามยอดการผลิตยนต์ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากรายได้หลักของ IHL มาจากการผลิตหนังสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ ขณะที่คาด IHL ยังได้รับประโยชน์จาก (1) ต้นทุนวัตถุดิบที่ทรงตัวในระดับต่ำ และ (2) รายได้จากงานฟอกหนังวัว ที่คาดดีขึ้นตามลำดับหลังทยอยเพิ่มกำลังการผลิต
- สอดคล้องกับ IHL ที่คาดการณ์ผลิตสำหรับกลุ่ม Auto กลับมาเติบโต หลังหดตัวในช่วง 1H/60 โดยได้รับออเดอร์หนังหุ้มพวงมาลัยเพิ่มขึ้นจำนวนมาก (ข้อมูลจาก OppDay)

Cut part-Steering wheel IHL5 All model



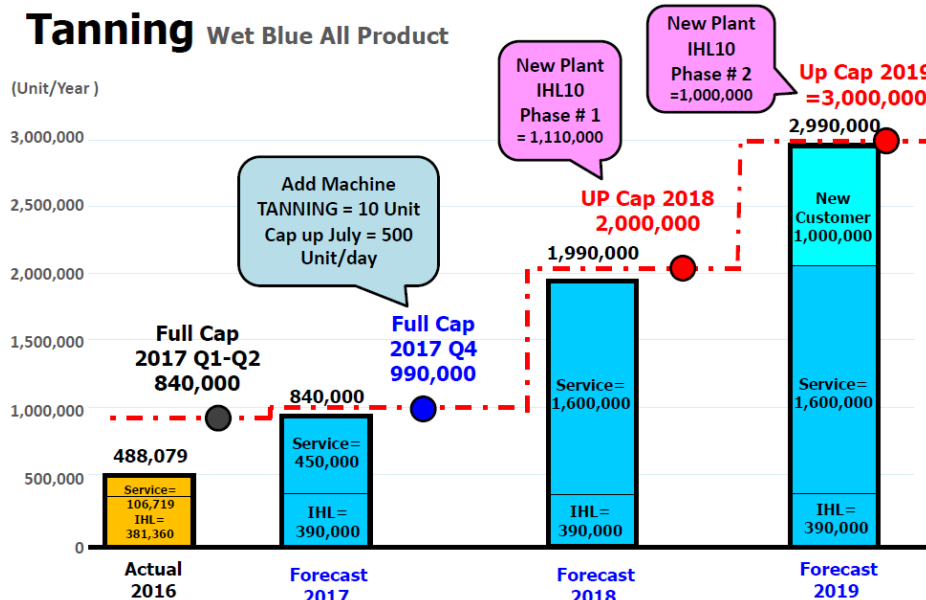
Sewing-Steering wheel IHL5 All model



ที่มา : IHL

งานฟอกหนังวัวหนุนาการเติบโตก้าวกระโดด

- คาคกลุ่ม Auto เป็นปัจจัยบวกในระยะสั้น ขณะที่คาคปัจจัยหลักที่ช่วยให้ IHL เติบโต กระโดด มาจากการรับจ้างฟอกหนังวัวในกลุ่ม Service ซึ่งเป็นงานที่มีราคา และ Margin สูง
- คางานฟอกหนังวัว เติบโตดีขึ้นตามลำดับในช่วงที่เหลือของปี'60 เริ่มจากการรับรู้รายได้ จากการฟอกหนังเต็มกำลังการผลิต (4.5 แสนตัว/ปี) ทั้งไตรมาสเป็นครั้งแรกใน 3Q/60 และ คาค 4Q/60 รับรู้รายได้เพิ่มจากกำลังการผลิตที่เพิ่มอีก 1.5 แสนตัวต่อปี
- IHL มีแผนเพิ่มกำลังการผลิต ต่อเนื่อง ในปี'61 และ 62 ปีละ 1.0 ล้านตัว คาคกำลังการผลิตสูงถึง 3.0 ล้านตัว ในปี'62 หรือเพิ่มขึ้น ประมาณ 3 เท่าตัวจากปี'60
- หากอ้างอิงจากสัญญาที่ลงนามกับ GLI คาคมูลค่างาน ประมาณ 700 ล้านบาท ต่อการฟอกหนังวัว 1.0 ล้านตัว



ที่มา : IHL

ปี'61 คาดกำไรสุทธิ เติบโต 60%

- จากการฟื้นตัวของกลุ่ม Auto และการเติบโตที่ดีของกลุ่ม Service คาดกำไรสุทธิปี'60 มีโอกาสทำได้สูงกว่าประมาณการของเรา พร้อมคงประมาณการกำไรสุทธิ ปี'61 คาดเพิ่มขึ้น 60% อยู่ที่ 437 ล้านบาท และมีโอกาสปรับเพิ่มประมาณการ หากมีความคืบหน้าและชัดเจนของโรงงานใหม่
- ประเมินราคาเป้าหมายปี'61 ที่ 13.80 บาท จาก Diluted EPS ปี'61 ที่ 0.79 บาท อ้างอิง P/E 17.5X แนะนำ “ซื้อ”

Financial Summary

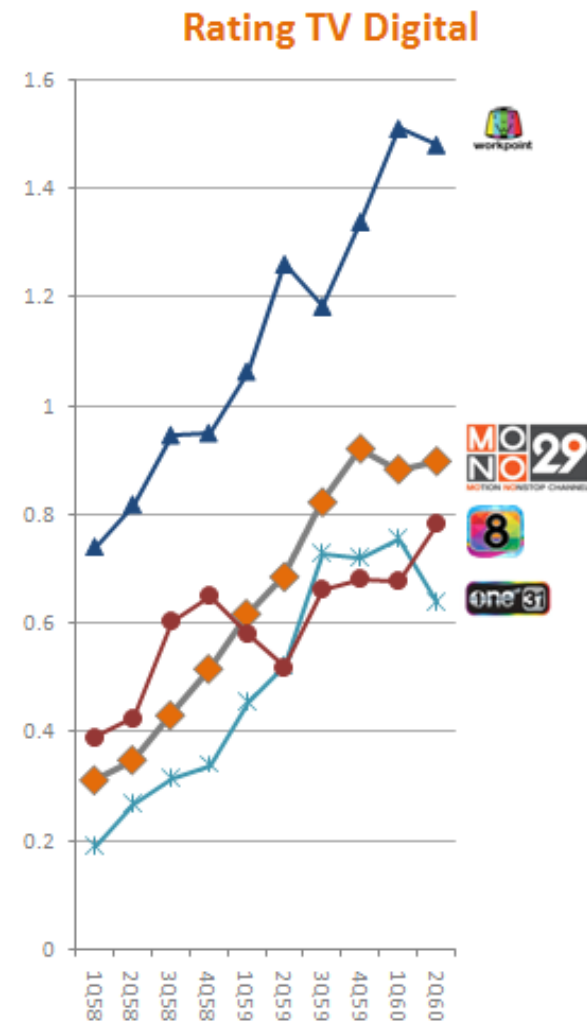
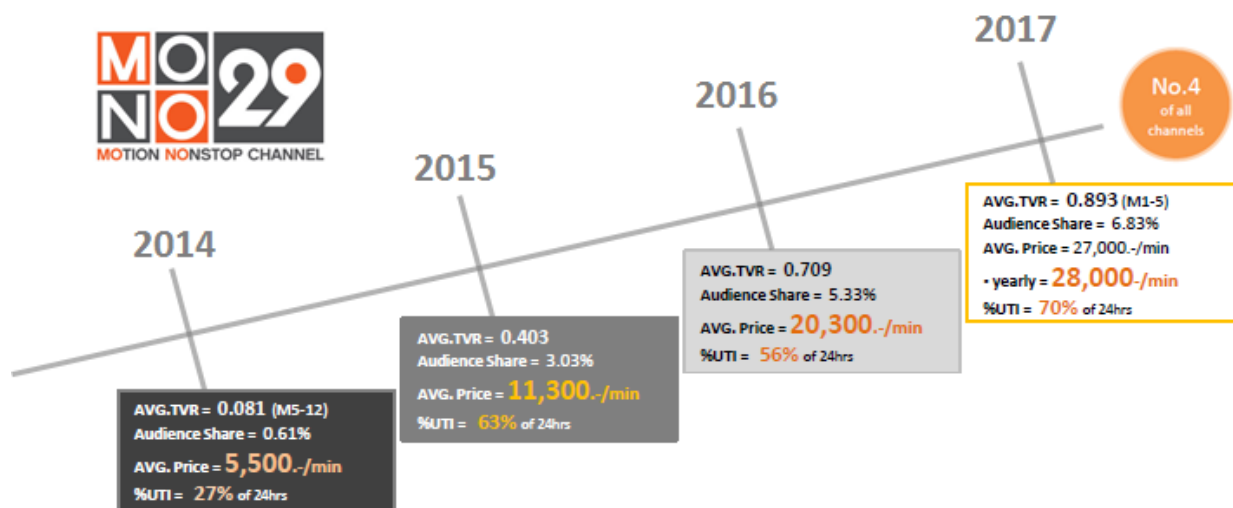
Unit : MB	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY19F
Revenue	2,407	1,952	2,381	3,208	3,702
Growth (%)	30%	-19%	22%	35%	15%
Net Profit	202	191	273	437	545
Growth (%)	4%	-5%	43%	60%	25%
EPS (Bt.)	0.48	0.39	0.56	0.89	0.92
BV (Bt.)	2.70	2.60	2.96	3.57	4.11
Dividend (Bt.)	0.40	0.10	0.20	0.28	0.37
PE (x)	12.49	15.50	21.68	13.53	11.59
PBV (x)	2.23	2.33	3.61	2.99	2.60
Dividend Yield (%)	6.67%	1.68%	1.82%	2.60%	3.46%

ที่มา : IHL และประมาณการโดย AIRA



ค่าโฆษณาเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง หนูนก้าไร 3Q/60 คาคโตแยงแยง

- การยึดครองเรตติงอันดับ 4 ได้อย่างแยงแยง ของ “MONO29” ส่งผลให้อัตราคาโฆษณาต่อนาทีของ MONO ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- แม้อัตราคาโฆษณาของ MONO จะเติบโตกว่า 38% จากปี'59 เป็น 28,000 บาท/นาทึ ในช่วง 2Q/60 แต่องอยู่ในระดับที่ต่ำ และมีโอกาสที่จะปรับเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบอันดับ 3 “Workpoint TV” ที่ัตราคาโฆษณาใน 2Q/60 สูงถึง 75,000 บาท/นาทึ โดยคาครายได้อัตราคาโฆษณาของ MONO มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และคาคช่วยผลักดันให้ผลการดำเนินงานใน 3Q/60 เป็นไตรมาสที่ดีที่สุดของปี'60 ได้



Source: MONO, Nielsen, DAAT, AIRA Research

“See ME” คาดช่วยผลักดันการเติบโตในระยะยาว

- ใน 4Q/60 มีแฟนต๋อยอด Mthai.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่มีฐานผู้เข้าชมในแต่ละเดือนถึง 24 ล้านคน ด้วยการเปิดตัว Platform “See ME” ให้บริการพื้นที่ออนไลน์ในการเผยแพร่คลิปวิดีโอจาก Content Partners
- คาดส่วนแบ่งรายได้ค่าโฆษณาสูงกว่า Platform อื่นๆ เช่น Youtube คาดช่วยดึงดูดทั้ง Content และความต้องการในการลงโฆษณายัง “See ME” ได้ โดยคาด MONO ไม่มีต้นทุนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้คาดว่า “See ME” เข้ามามีบทบาทในตลาดโฆษณาดิจิทัล ซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงถึง 36% ใน 4 ปีล่าสุด และคาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันผลการดำเนินงานของ MONO ในระยะยาวได้



Source: MONO, Nielsen, DAAT, AIRA Research



Television

Audience: 43 M/month



Online

Visitors: 24 M/month



Radio

Listeners: 100,000/month

คาดปี'60 พลิกกลับมีกำไรสุทธิ 160 ล้านบาท

- คาดผลการดำเนินงาน 2H/60 เติบโตต่อเนื่อง โดยเฉพาะ 3Q/60 คาดเป็นไตรมาสที่ดีที่สุดของปี จากรายได้ค่าโฆษณาที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดยังมีโอกาสปรับขึ้นจากอัตราค่าโฆษณาที่ยังต่ำกว่า “Workpoint TV”
- คาดปี'60 มีกำไรสุทธิ 160 ล้านบาท หรือ 0.05 บาท/หุ้น เป็นการพลิกฟื้น (Turnaround) จากขาดทุนต่อเนื่อง 3 ปีล่าสุด
- ราคาเป้าหมาย 4.50 บาท ด้วยวิธี DCF (WACC 10%, Terminal growth 2%)



Financial Summary (Bt mn)	FY15	FY16	FY17F	FY18F	FY19F
Revenue	1,893	2,077	2,762	3,189	3,462
Growth (%)	24%	10%	33%	15%	9%
Net Profit	-487	-250	160	323	343
Growth (%)	n.a	n.a	n.a	102%	6%
EBITDA	248	790	1,360	1,649	1,751
EPS (Bt.)	-0.16	-0.08	0.05	0.10	0.10
BVPS	0.78	0.74	0.88	0.97	1.08
PE (x)	n.a	n.a	73	36	34
PBV (x)	3	4	4	4	3
EV/EBITDA	36	15	10	8	7
DPS (Bt.)	0.00	0.03	0.00	0.00	0.00
Dividend Yield (%)	0.0%	n.a	0.0%	0.0%	0.0%



SPALI : Worth a long-term holding

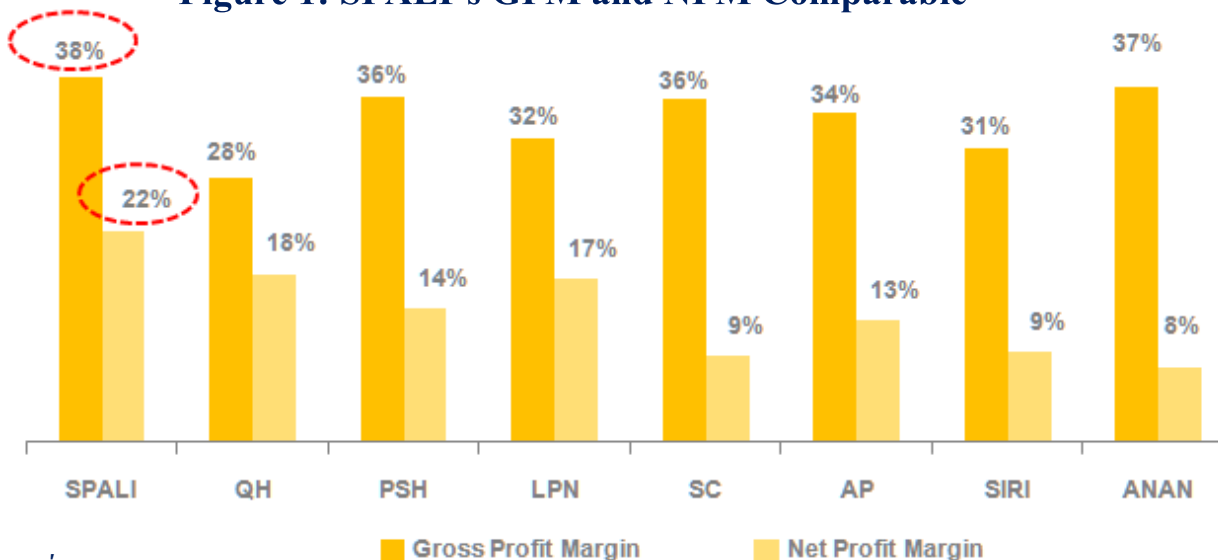


SPALI : Worth a long-term holding

SPALI มีจุดแข็งจากโครงการที่เจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งให้ความสำคัญกับพื้นที่ใช้สอยมากกว่ารูปแบบส่งผลให้ :

- ✓ คาดเป็นความต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยที่แท้จริงมากกว่าการเก็งกำไร กำหนดเงินดาวน์สูงประมาณ 18 - 20% คาดทำให้ Rejection rate อยู่ในระดับต่ำกว่ากลุ่มฯ
- ✓ ต้นทุนค่าออกแบบ และการบริหารจัดการวัสดุก่อสร้างที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ SPALI มี Margin ทรงตัวในระดับที่ดีต่อเนื่อง และสูงสุดในกลุ่มฯ

Figure 1: SPALI's GPM and NPM Comparable



ที่มา : SPALI

SPALI : Worth a long-term holding

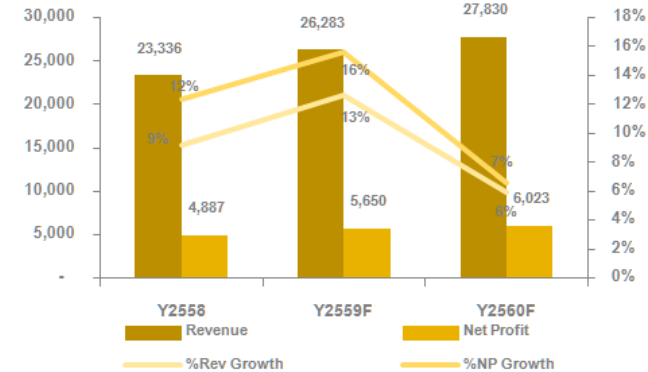
SPALI เป็นหนึ่งในหุ้นที่มีความน่าสนใจ ภายใต้ความชัดเจนของการเติบโต

ที่คาดแข็งแกร่งตั้งแต่ 2H/60 จนถึงปี'61 เมื่อพิจารณาจาก :

- ✓ มูลค่า Backlog สูงถึง 37,443 ล้านบาท รองรับประมาณการรายได้ปี'60 และ 61 ประมาณ 77% และ 40% ตามลำดับ หลัง SPALI มีแผนส่งมอบ 12 โครงการแนวสูง มูลค่ารวมกว่า 26,590 ล้านบาท และมียอดขายรวมเฉลี่ยแล้ว ประมาณ 64%
- ✓ การขายโอนโครงการแนวราบ ยังมี Momentum ที่ดีต่อเนื่อง SPALI มีแผนเชิงรุกจากการเปิดตัวโครงการใหม่แนวราบ 17 แห่ง มูลค่ารวม 11,590 ล้านบาท ในช่วง 2H/60



Figure 2: SPALI's Rev. and Net Profit



ที่มา : SPALI และประมาณการโดย AIRA

Figure 3: Estimated JV Condo Transfer Schedule

12 New Project to Start Transferring in 2H60 - Y2561	Value (MB)	Units	Est. Transfer	%Presale
Supalai Veranda Ratchavibha-Prachachuen	4,500	1,731	3Q60	83%
Supalai Loft Chaengwattana	1,140	437	3Q60	85%
Supalai Wellington 2	3,600	1,099	4Q60	59%
Supalai Monte II (Chiangmai)	1,800	738	Y2561	71%
Supalai City Resort Chaeng Watthana	2,000	752	Y2561	47%
Supalai Veranda Rattanathibeth	2,430	1,066	Y2561	28%
Supalai Loft @ Kaerai Station	1,100	424	Y2561	27%
Supalai City Resort Chonburi	1,100	590	Y2561	20%
Supalai Elite Surawong	2,200	277	Y2561	48%
Supalai Loft @ Loft Talat Phlu Station	2,700	883	Y2561	64%
Supalai Elite @Phaya Thai	2,020	258	Y2561	100%
Supalai Lite Ratchada-Narathiwas-Sathorn	2,000	573	Y2561	96%

SPALI : Worth a long-term holding

นอกจากผลประกอบการ 2H/60 ที่คาดเติบโตโดดเด่นแล้ว คาด SPALI ยังมีจุดเด่นจากยอดขาย ที่คาดดีกว่ากลุ่มฯ คาดช่วยหนุนผลประกอบการในระยะยาว :

- ✓ คาดยอดขาย 3Q/60 สร้างจุดสูงสุดใหม่ จากกระแสตอบรับที่ดีของ 4 โครงการคอนโด บนทำเลทอง ติดแนวรถไฟฟ้าเปิดใหม่ มูลค่ารวม 9,950 ล้านบาท มียอดขายเฉลี่ยแล้วราว 65% และโครงการแนวราบอีก 17 แห่ง
- ✓ เป้าหมายยอดขายบริษัททั้งปี'60 ที่ 27,000 ล้านบาท คาดมี Upside และมีโอกาสทำได้สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาจากยอดขาย 1H/60 ซึ่งทำได้แล้วราว 49% ขณะที่การขายยังมีแนวโน้มที่ดี และเติบโตต่อเนื่อง ผลจากการเปิดโครงการใหม่ทั้งแนวราบและแนวสูง

Figure 4: Presales Performance

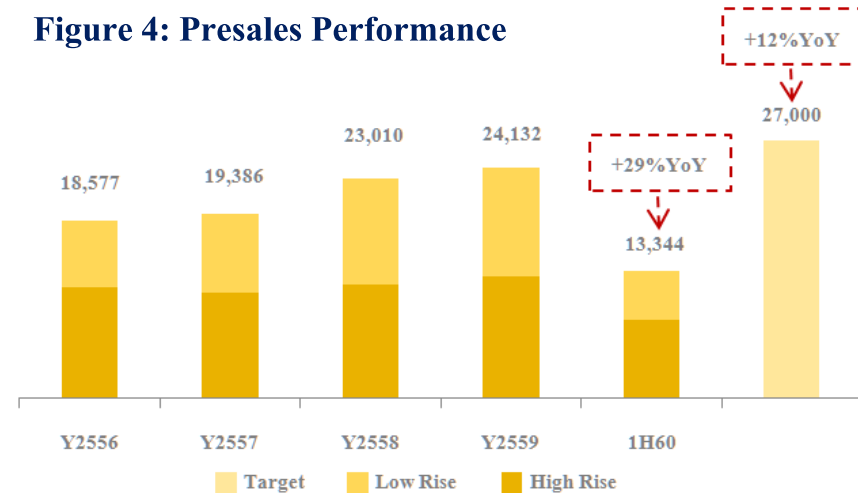
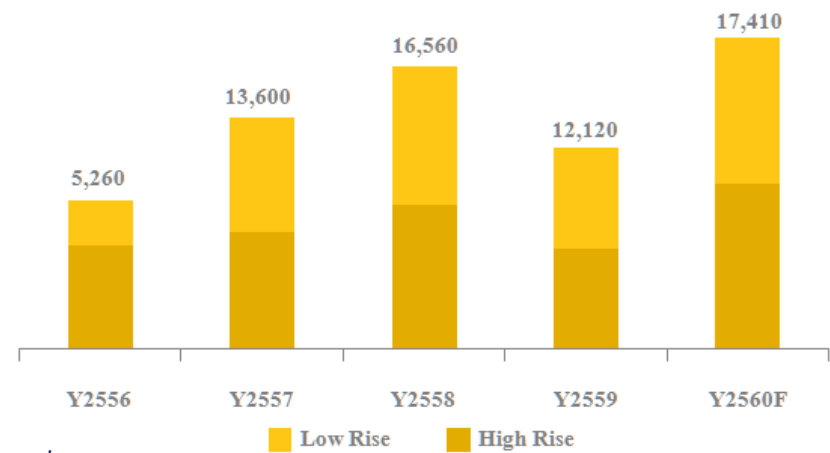


Figure 5: Project Launch Plan

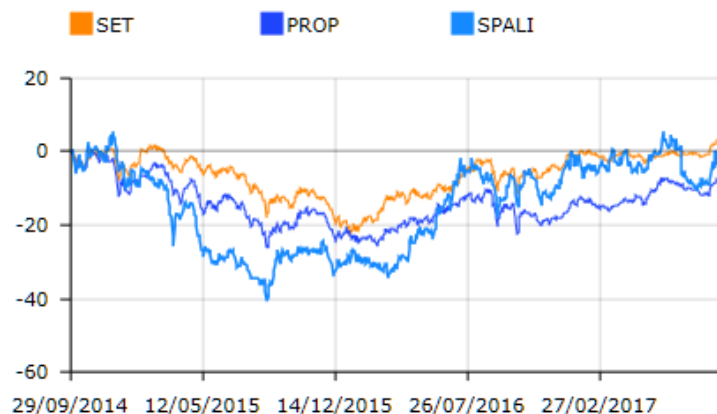


ที่มา : SPALI

SPALI : Worth a long-term holding

- แนวโน้มผลประกอบการของ SPALI ที่คาดเติบโตดีต่อเนื่อง ตั้งแต่ 2H/60 เป็นต้นไป ขณะที่ทิศทางยอดขายปี'60 มีโอกาสทำได้สูงกว่าเป้าหมาย คาดช่วยรองรับการเติบโตในระยะยาว
- ประเมินราคาเป้าหมาย ปี'61 ที่ 25.20 บาท/หุ้น และคาด Div. Yield ปี'61 ประมาณ 4.5% แนะนำ “ซื้อ” สำหรับลงทุนระยะยาว

3 Yr Price Performance



ที่มา : Set Smart

Unit : MB	FY14	FY15	FY16	FY17F	FY18F
Revenue	18,591	21,364	23,336	26,283	27,830
Growth (%)	47%	15%	9%	13%	6%
Net Profit	4,478	4,349	4,887	5,650	6,023
Growth (%)	55%	-3%	12%	16%	7%
EPS (Bt.)	2.61	2.53	2.85	3.29	2.81
BV (Bt.)	10.47	11.91	13.76	16.89	15.58
Dividend (Bt.)	1.00	1.00	1.05	-	1.04
PE (x)	9.24	7.18	8.78	7.02	8.23
PBV (x)	2.30	1.53	1.82	1.37	1.48
Dividend Yield (%)	4.15%	5.49%	4.20%	0.00%	4.50%

ที่มา : SPALI และประมาณการโดย AIRA

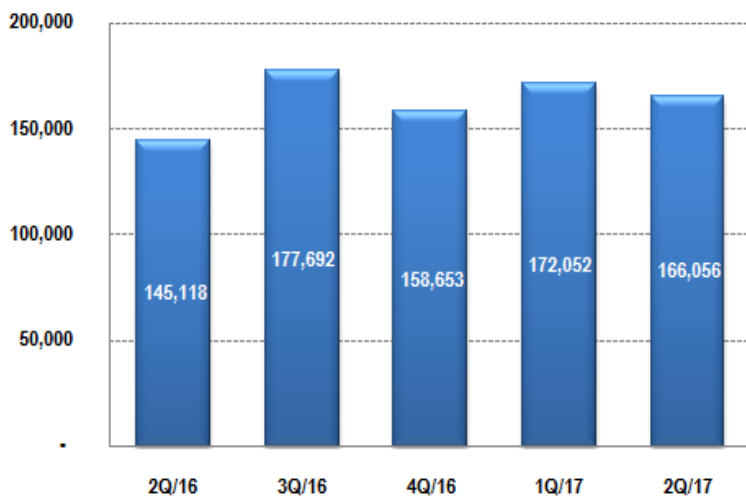
TMT



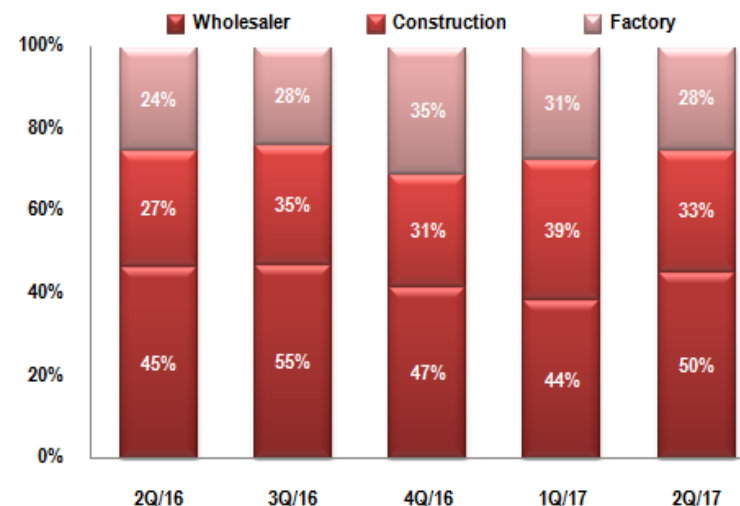
ใช้กลยุทธ์ “Solutions for Customer’s Success”

- ★ TMT เป็นผู้ผลิต และจัดหาผลิตภัณฑ์หลัก เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าแบบครบวงจร พร้อมให้บริการเป็น “Solutions Provider” โดยให้คำแนะนำ แก้ปัญหา พร้อมหาทางเลือกที่หลากหลายแก่ลูกค้า เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์หลัก รวมถึงช่วยบริหารจัดการ Stock ให้กับลูกค้า โดยการจัดส่งแบบ Just in Time
- ★ TMT มีความสามารถในการจัดการ Stock ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรที่ดีไว้ได้ แม้ในช่วงราคาเหล็กมีความผันผวน
- ★ สัดส่วนลูกค้าอยู่ในกลุ่ม Wholesaler : Construction : Factory เฉลี่ยประมาณ 45% : 30% : 25%

ปริมาณขาย – รายไตรมาส (ตัน)



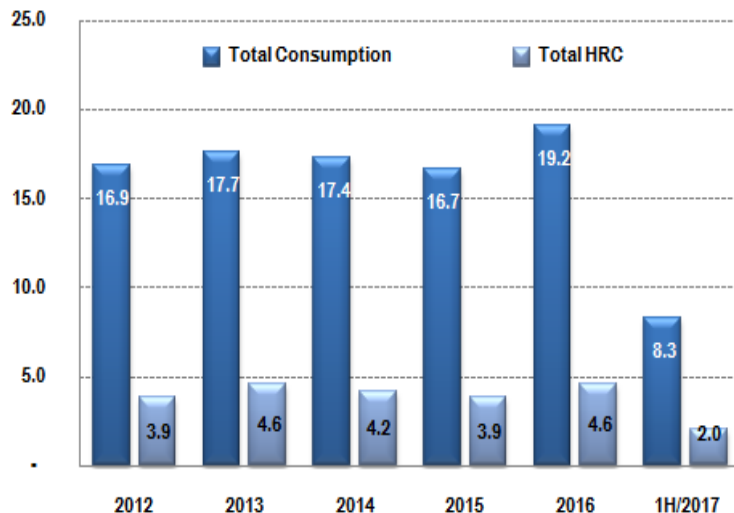
สัดส่วนปริมาณขาย – แยกตามประเภทธุรกิจของกลุ่มลูกค้า (%)



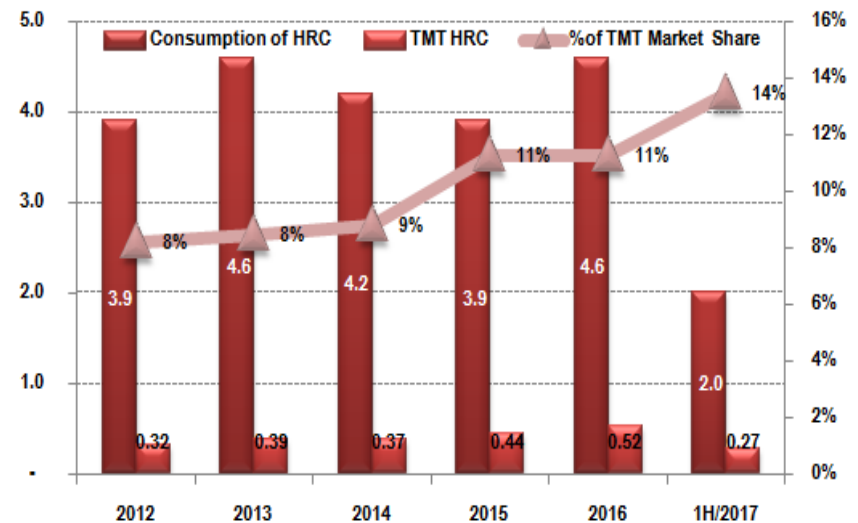
Market Share เพิ่มขึ้นเนื่อง....1H/60 อยู่ที่ 14%

- ★ ภาพรวมความต้องการใช้เหล็กทุกประเภทในช่วง 5 ปีย้อนหลัง เฉลี่ยทรงตัวที่ 17.0 – 18.0 ล้านตัน/ปี ยกเว้นปี'59 อยู่ที่ 19.2 ล้านตัน ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการนำเข้าและการผลิตในประเทศที่สูงกว่าระดับปกติ ขณะที่คาดในปี'60 ลดลงมาอยู่ที่ประมาณ 17.0 ล้านตัน/ปี และในจำนวนนี้คาดเป็นเหล็กทรงแบน (HRC) ประมาณ 4.0 – 5.0 ล้านตัน/ปี
- ★ แม้ภาพรวมตลาดทรงตัว แต่ TMT ยังสามารถเพิ่ม Market Share ต่อเนื่อง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ HRC เพิ่มจาก 8.0% เมื่อปี'55 เป็น 11% ในปี'59 และ 1H/60 อยู่ที่ 14.0% ทั้งการเพิ่มยอดขายจากกลุ่มลูกค้าเดิม และการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ

Total Apparent Finished Steel Consumption (Thailand)
(ล้านตัน)



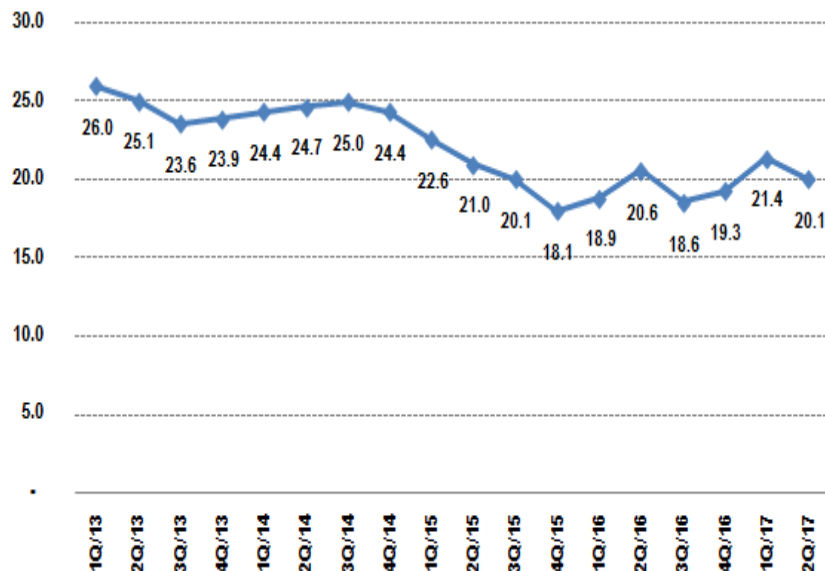
TMT Market Share - HRC



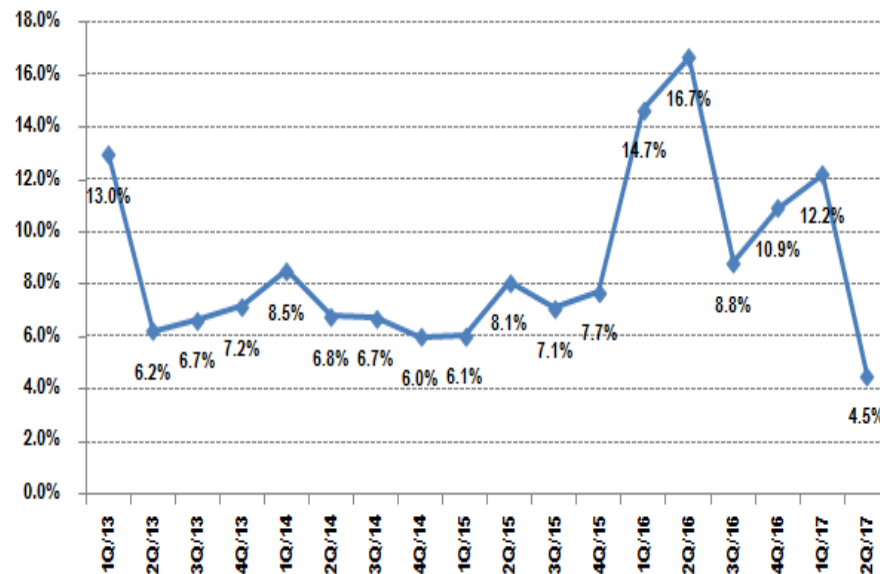
ความสามารถทำกำไรดี...แม้ราคาหลักผันผวน

- ★ ผลการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจหลัก จะมีความผันผวนตามราคาหลักในตลาดโลก โดยในช่วงที่ราคาปรับตัวลดลง คาดส่งผลกระทบต่อ Stock ที่มีอยู่มีมูลค่าลดลง และในทางกลับกัน ในช่วงที่ราคาปรับตัวเพิ่มขึ้น คาดได้รับประโยชน์ทั้งจากราคาขายที่เพิ่มตามตลาด และความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้นจาก Stock ที่มีในราคาต่ำ
- ★ เช่นเดียวกับผลประกอบการของ TMT ที่มีความผันผวน แต่อย่างไรก็ตาม TMT ยังสามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรที่ดีไว้ได้ จากความสามารถบริหารจัดการ Stock ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการเข้าไปช่วยบริหารจัดการ Stock ให้กับลูกค้า คาดช่วยลดความเสี่ยงจากราคาหลักในช่วงผันผวน

ราคาขายหลักเฉลี่ย – รายไตรมาส (บาท/กก.)



Gross Profit Margin – รายไตรมาส (%)



TMT.....ราคาเป้าหมายปี'61 ที่ 16.50 บาท

- ★ ในระยะสั้นคาดว่าจะได้รับปัจจัยบวกจากผลประกอบการ 3Q/60 ที่คาดกำไรสุทธิกลับมาโดดเด่นทั้ง qoq และ yoy จาก Gross Profit Margin ที่คาดสูงถึง 10% ดีขึ้นจากที่ลดลงไปอยู่ที่ 4.52%เมื่อ 2Q/60 พร้อมมีแนวโน้มปรับเพิ่มประมาณการปี'60 และ 61 โดยอยู่ระหว่างประเมิน 4Q/60F อีกครั้ง หลังราคาหลักทรัพย์มีความผันผวน
- ★ TMT ยังมีประเด็นความน่าสนใจจากเงินปันผลที่จ่ายเป็นประจำ 1 ครั้งต่อปี คาด Div.Yield ประมาณ 5 – 6%
- ★ แนะนำ “เก็งกำไร” ประเมินราคาเป้าหมายปี'61 ที่ 16.50 บาท อิง PE 12X

Financial Summary

Unit : MB	FY14A	FY15A	FY16A	FY17F	FY18F
Sale	12,251	11,569	12,465	13,925	14,900
Growth (%)	-6.16%	-5.57%	7.75%	11.71%	7.00%
Net Profit	334	321	912	516	597
Growth (%)	-24.06%	-4.11%	184.29%	-43.39%	15.70%
EPS (Bt.)	0.77	0.74	2.09	1.19	1.37
BV (Bt.)	4.98	5.07	6.51	6.84	7.23
Dividend (Bt.)	0.65	0.65	1.50	0.85	0.98
PE (x)	20.31	21.18	7.45	13.16	11.38
PBV (x)	3.13	3.08	2.40	2.28	2.16
Dividend Yield (%)	4.17%	4.17%	9.62%	5.44%	6.30%

ที่มา : TMT และประมาณการ โดย AIRA