

SWC

บริษัท เซอร์วูด คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
SHERWOOD CORPORATION (THAILAND) PUBLIC COMPANY
LIMITED



Head Office : 1065 ถนนศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กทม. 10250

Contact : 0-2320-2288

Website : www.sherwood.co.th

กรรมการผู้จัดการ

นายสิริณัฐ ชญานันท์
กรรมการผู้จัดการTel : 0-2320-2288 ต่อ 331
sirinat@sherwood.co.th

ผู้บริหาร

นายเดกพิพล เหล่าพิสุทธิ
รองกรรมการผู้จัดการสายงานบริหาร และเลขานุการ
บริษัทTel : 0-2320-2288 ต่อ 333
thakerngbol @sherwood.co.th

CG Report Score :

THSI List : -

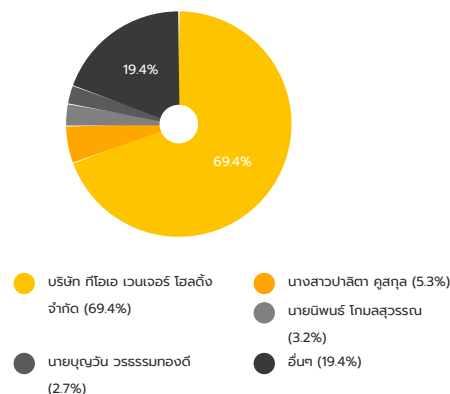
Stock Data (30/06/2018)

	YTD	2017	2016
Paid-up (MB)	150.00	150.00	150.00
Listed share (M)	150.00	150.00	150.00
Par (B)	1.00	1.00	1.00
Market Cap (MB)	3,315.00	2,550.00	1,680.00
Price (B./share)	22.10	17.00	11.20
EPS (B)	0.72	0.58	1.03

Statistics (30/06/2018)

	P/E	P/BV	Div.Yield
SWC (x)	17.18	3.76	3.30
INDUS - mai (x)	22.86	1.74	2.46
INDUS - SET (x)	11.53	1.40	3.82
mai (x)	77.09	2.06	1.92
SET (x)	16.24	1.83	3.16

Shareholder Structure (03/05/2018)



Financial Ratios

	6M/2018	6M/2017	2017	2016
ROE (%)	24.40	20.57	23.08	23.11
ROA (%)	20.49	17.78	21.85	21.76
D/E (x)	0.51	0.50	0.32	0.31
GP Margin (%)	38.01	36.71	37.69	38.56
EBIT Margin (%)	16.11	14.97	16.03	15.76
NP Margin (%)	12.55	11.89	12.75	12.51

Company Background

ผลิตและจำหน่ายเคมีเคภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน อุตสาหกรรม สาธารณสุขชุมชน และเคมีภัณฑ์เพื่อการเกษตร โดยทุกผลิตภัณฑ์ที่มีสารออกฤทธิ์ที่กำหนดว่าต้องขึ้นทะเบียนจะต้องได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้อง จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข หรือกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือกระทรวงอุตสาหกรรมรวมทั้งต้องควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุกแบทช์ บริษัทได้มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มเติมมาโดยตลอด ปัจจุบันบริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ออกวางจำหน่ายแล้วมากกว่า 220 ผลิตภัณฑ์ ภายใต้ 130 เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนเรียบร้อยแล้ว

Key Development of Company

- 2560 ได้รางวัลดีเด่นประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านผลการดำเนินงาน 2560 (Best Company Performance Awards 2017) จากตลาดหลักทรัพย์ฯ และได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ปี 2560 จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- 2559 ดำเนินกิจการมาครบรอบ 20 ปี และได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด คือ ซักผ้าเด็ก ทีโพล์ เบบี, แปรงฟันเด็ก ทีโพล์ เบบี, โฟมล้างมือ ทีโพล์ คลนิซอพ และได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ปี 2559 จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- 2558 ได้รับรางวัล ออย. ควอลิตี้ อวอร์ด ปี 2558 จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข และออกผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลสุนัข คือ เซนการ์ด เซอร์ เบอร์ เอ็กซ์พีเรียนซ์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ป้องกันยุง “มอส อเวย์”
- 2557 ได้รับรางวัลชนะเลิศ ประจำปี 2557 จากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)

Revenue Structure

(Unit : MB)

รอบบัญชี : 30 มิ.ย.

	6M/2018	%	6M/2017	%	2017	%	2016	%
1. กลุ่มผลิตภัณฑ์	-	-	-	-	-	-	-	-
ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้	79.72	9.22	59.68	8.15	118.54	8.54	148.44	11.99
ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง	595.46	68.85	538.70	73.53	1,032.39	74.37	873.52	70.54
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	154.07	17.81	116.10	15.85	192.99	13.90	183.56	14.82
ผลิตภัณฑ์อื่นๆ	34.20	3.95	18.07	2.47	41.46	2.99	29.65	2.39
2. รายได้อื่นๆ	1.44	0.17	0.01	-	2.87	0.21	3.21	0.26
รวม	864.89	100.00	732.56	100.00	404.17	100.00	1,238.38	100.00

Business Plan

บริษัทมี 4 กลยุทธ์ที่จะสร้างการเติบโตให้กับบริษัท ดังนี้

1. สร้างความแข็งแกร่งของสินค้าปัจจุบันของบริษัท ภายใต้ตราสินค้า “เซนไดร์ทรี” “เซนการ์ด” และ “ทีโพลี”
2. การขยายสินค้าไปในกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีมูลค่าตลาดมากกว่ามูลค่าตลาดเคมีเคหะภัณฑ์ เพื่อที่จะสามารถเพิ่มยอดขายของบริษัทให้สูงขึ้น
3. การเจาะตลาดพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้ทั่วถึงมากขึ้น และการขยายสินค้าไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ประเทศออสเตรเลียและกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม)
4. การสร้างคน และวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานทำงานได้รวดเร็วขึ้น กล้าคิด กล้าแสดงออกมากขึ้น พร้อมทั้งการนำเทคโนโลยี หรือระบบเข้ามาใช้ในการทำงานของบริษัทมากขึ้น

Investment Highlight

1. บริษัทมีตราสินค้าที่แข็งแกร่งอยู่เดิม เพื่อทำการตลาดให้กับสินค้าใหม่ๆ และสร้างความหลากหลายของสินค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังรักษาตราสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการเน้นถึงคุณภาพสินค้าและให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง
2. มีเครือข่ายครอบคลุมในทุกช่องทางจำหน่ายและครบทุกจังหวัด โดยจำหน่ายผ่านผู้แทนจำหน่ายเฉพาะช่องทาง ผู้แทนจำหน่ายท้องถิ่น (Zone Distributors) และผ่านบริษัทขายตรงให้กับลูกค้าบริษัทรับจ้างทำจัดแมลง ผู้รับเหมาก่อสร้าง โรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล สาธารณสุขชุมชน และตลาดเคมีเคหะ
3. มีความสามารถในการบริหารต้นทุนจากการผลิตสินค้าที่หลากหลาย โดยปัจจุบันบริษัทมีผลิตภัณฑ์ที่ออกวางจำหน่ายแล้วมากกว่า 220 ผลิตภัณฑ์ ภายใต้ 130 เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนเรียบร้อยแล้ว ซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้ ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์สามารถใช้เครื่องจักร สายการผลิต และวัตถุดิบร่วมกัน ทั้งยังมีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดร่วมกันได้ ทำให้สามารถเฉลี่ยต้นทุนต่อหน่วยกันได้ดี
4. มีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง ความเสี่ยงทางการเงินต่ำ โดยปัจจุบันมีอัตราส่วน D/E เพียง 0.51 เท่า และไม่มีดอกเบี้ยจ่าย ทำให้สามารถใช้การกู้และกระแสเงินสดจากภายในขยายธุรกิจได้เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยไม่ต้องเพิ่มทุนให้กระทบถึงส่วนของผู้ถือหุ้น ที่ผ่านมามีบริษัทมีสภาพคล่องทางการเงินสูง โดยมีสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนสูงถึง 2.32 เท่า
5. มีกำไรและจ่ายปันผลสม่ำเสมอทุกปี สำหรับกำไรของบริษัท 6 เดือนแรกของปี 2561 บริษัทมีกำไรสุทธิ เป็นจำนวน 108.51 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 12.55 และอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทมีอัตราการจ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ ร้อยละ 60 ของกำไร ตั้งแต่เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และมีผลตอบแทนเงินปันผลเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 5.34 ต่อปี

Risk Factor

1. ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ ส่งผลกระทบต่อต้นทุนสินค้าและผลการดำเนินงานของบริษัท เนื่องจากบริษัทไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าให้สอดคล้องกับราคาวัตถุดิบที่ผันผวนได้ทันทีทันใด ทั้งนี้บริษัทมีการจัดการความเสี่ยงดังกล่าวโดยใช้กลยุทธ์การออกสินค้าที่หลากหลายออกขาย ทำให้ต้นทุนสินค้ามีการกระจายตัวรวมถึงการบริหารต้นทุนวัตถุดิบและโครงสร้างราคาสินค้าให้มีความสัมพันธ์ในเชิงกำไร
2. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ธุรกิจเคมีเคหะภัณฑ์หลายกลุ่มในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง โดยมีผู้ประกอบการจำนวนมากรายในแต่ละผลิตภัณฑ์ ทั้งจากบริษัทข้ามชาติและบริษัทภายในประเทศ หากการแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อด้านราคา ทำให้บริษัทมีรายได้หรือกำไรลดลง อย่างไรก็ตาม มีผู้ประกอบการอยู่จำนวนน้อยรายที่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้อย่างยาวนาน ทั้งนี้เป็นเพราะความสำเร็จของเครื่องหมายการค้าของแต่ละผลิตภัณฑ์ ที่เป็นผลมาจากองค์ประกอบการตลาดที่ถูกต้อง
3. การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่เป็นประเภทสารออกฤทธิ์เข้มข้นของบริษัทจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศโดยส่วนใหญ่มีการกำหนดราคาเป็นสกุลเหรียญสหรัฐ ดังนั้นบริษัทจะจำเป็นต้องเผชิญความเสี่ยงจากประเทศส่งหน้าเป็นช่วงเวลาสั้นๆ ก่อนถึงกำหนดชำระเงิน

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2018	6M/2017	2017	2016
Current Liabilities	419.87	367.74	248.31	208.75
Non-Current Liabilities	17.72	14.84	18.04	15.17
Shareholders' Equity	855.54	769.00	821.72	711.71

Company Structure



Company Image

