

SWC

บริษัท เซอร์วิวด 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](http://www.sherwood.co.th)

## ผู้บริหาร

นายเดกิงพล เหล่าพิสุทธิ  
รองกรรมการผู้จัดการสายบริหาร และเลขานุการบริษัท

Tel : 0-2320-2288 ต่อ 333  
thakerngbol@sherwood.co.th

CG Report Score :

THSI List : -

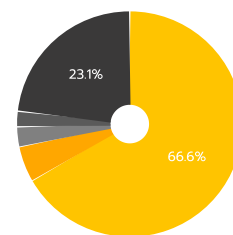
## Stock Data (30/09/2020)

	YTD	2019	2018
Paid-up (MB)	159.37	153.33	150.00
Listed share (M)	312.32	306.66	300.00
Par (B)	0.50	0.50	0.50
Market Cap (MB)	1,305.50	1,159.20	2,460.00
Price (B./share)	4.18	3.54	10.00
EPS (B)	0.16	0.57	0.62

## Statistics (30/09/2020)

	P/E	P/BV	Div.Yield
SWC (x)	7.86	2.06	8.85
INDUS - mai (x)	30.72	1.18	3.20
INDUS - SET (x)	62.55	0.88	4.44
mai (x)	33.96	1.65	2.73
SET (x)	21.22	1.39	4.08

## Shareholder Structure (28/08/2020)



บริษัท ทีโอเอ เวนเจอร์ โฮลดิ้ง จำกัด (66.6%)	นางสาวปาลิตา อุตกุล (5.1%)
บายเนชั่น ตรีสุโกศล (2.8%)	บายบุญวัน วรรณทองดี (2.3%)
อื่นๆ (23.1%)	

## Financial Ratios

	9M/2020	9M/2019	2019	2018
ROE (%)	22.47	18.17	25.84	25.53
ROA (%)	16.39	11.29	19.61	23.09
D/E (x)	0.95	0.86	0.86	0.48
GP Margin (%)	40.98	41.09	40.14	39.37
EBIT Margin (%)	13.14	16.62	13.21	14.48
NP Margin (%)	8.40	12.87	10.29	11.41

## Company Background

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1. ผลิตและจำหน่ายเคมีเคหะภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือน อุตสาหกรรม สารารณสุขชุมชน และเคมีเคหะภัณฑ์เพื่อการเกษตร โดยทุกผลิตภัณฑ์ที่มีสารออกฤทธิ์ได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้อง จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข หรือกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หรือ กระทรวงอุตสาหกรรม และควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทุกแบกซ์ รวมทั้งบริษัทได้มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มเติมมาโดยตลอด และ 2. ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ถวีสงอบกรอบและอบเกลือ ภายใต้ตราสินค้า "มารูโจ้" และผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ ภายใต้ตราสินค้า "HOKKAIDO"

## Key Development of Company

- 2560 บริษัทได้รับรางวัล อย. คอวลิตี อวอร์ด ปี 2560 จาก อย. และได้รางวัลดีเด่นประเภทรางวัลบริษัทจดทะเบียนด้านผลการดำเนินงานประจำปี 2560 (Best Company Performance Awards 2017) จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 2561 บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เซอร์วิวด คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ คือ บริษัท ฮอกไกโด ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอเรจ จำกัด
- 2562 บริษัทจัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ คือ บริษัท ทีโพล โปรเฟสชันแนล อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และบริษัท ฮอกไกโด ฟู้ด แอนด์ เบฟเวอเรจ จำกัด เริ่มดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ถวีสงอบกรอบ และอบเกลือ ภายใต้ตราสินค้า "มารูโจ้" และยังดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์นม ภายใต้ตราสินค้า "HOKKAIDO"

## Revenue Structure

หน่วยนับ : 30 กย.

(Unit : MB)

	9M/2020	%	9M/2019	%	2019	%	2018	%
1. กลุ่มผลิตภัณฑ์	874.45	99.57	1,068.17	99.42	1,657.80	99.55	1,623.94	99.84
- ผลิตภัณฑ์รักษาเนื้อไม้	60.66	6.91	79.95	7.44	119.51	7.18	125.29	7.70
- ผลิตภัณฑ์ป้องกันและกำจัดแมลง	495.36	56.40	720.94	67.10	1,170.46	70.29	1,191.67	73.26
- ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด	180.57	20.56	161.35	15.02	215.04	12.91	238.31	14.65
- ผลิตภัณฑ์อื่น	81.72	9.31	105.93	9.86	79.33	4.76	68.67	4.22
- ผลิตภัณฑ์ทั่วไป	37.54	4.27	-	-	60.99	3.66	-	-
- ผลิตภัณฑ์นม	18.60	2.12	-	-	12.47	0.75	-	-
2. รายได้อื่น	3.80	0.43	6.22	0.58	7.46	0.45	2.63	0.16
รวม	878.25	100.00	1,074.39	100.00	1,665.26	100.00	1,626.57	100.00

# Business Plan

บริษัทมี 4 กลยุทธ์ที่จะสร้างการเติบโตให้กับบริษัท ดังนี้

1. สร้างความแข็งแกร่งของสินค้าปัจจุบันของบริษัท ภายใต้ตราสินค้า “เซนไดร์รี่” “เซนการ์ด” และ “ทีโพลี”
2. การขยายสินค้าไปในกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่มีมูลค่าตลาดมากกว่ามูลค่าตลาดเคมีเคหะภัณฑ์ เพื่อที่จะสามารถเพิ่มยอดขายของบริษัทให้สูงขึ้น
3. การเจาะตลาดพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กว้างมากขึ้น 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) และผ่านบริษัทขายตรงให้กับลูกค้าบริษัทรับจ้างทำจัดแมลงผู้รับเหมาก่อสร้าง โรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล สาธารณสุขชุมชน และตลาดเคมีเคหะภัณฑ์
3. มีความสามารถในการบริหารต้นทุนจากการผลิตสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์สามารถใช้เครื่องจักรสายการผลิต และวัตถุดิบร่วมกัน ทั้งยังมีารดำเนินกิจกรรมทางการตลาดร่วมกันได้ ทำให้สามารถเฉลี่ยต้นทุนต่อหน่วยกันได้ต่ำลง

## Risk Factor

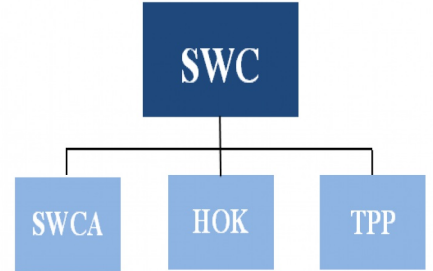
1. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ธุรกิจเคมีเคหะภัณฑ์หลายกลุ่มในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง หากการแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อด้านราคา ทำให้บริษัทมีรายได้หรือกำไรลดลง อย่างไรก็ตาม มีผู้ประกอบการอยู่จำนวนน้อยรายที่สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้อย่างยาวนาน ทั้งนี้เป็นเพราะความสำเร็จของเครื่องหมายการค้าของแต่ละผลิตภัณฑ์ ที่เป็นผลมาจากองค์ประกอบการตลาดที่ถูกต้อง
2. ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ เนื่องจากบริษัทไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าให้สอดคล้องกับราคาวัตถุดิบที่ผันผวนได้ทันทีทันใด ทั้งนี้ บริษัทมีใช้กลยุทธ์การออกสินค้าที่หลากหลายออกจำหน่าย ทำให้ต้นทุนสินค้ามีการกระจายตัว รวมถึงการบริหารต้นทุนวัตถุดิบและโครงสร้างราคาสินค้าให้มีความสัมพันธ์ในเชิงกำไร
3. การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่เป็นประเภทสารออกฤทธิ์เข้มข้นของบริษัทจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่มีการกำหนดราคาเป็นสกุลเหรียญสหรัฐ ดังนั้น บริษัทจะจำเป็นต้องซื้อเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าเป็นช่วงเวลาสั้นๆ ก่อนถึงกำหนดชำระเงิน
4. บริษัทอาจมีความเสี่ยงจากอัตราดอกเบี้ยของเงินที่บริษัทกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ดังนั้น บริษัทจึงจัดโครงสร้างทางการเงินที่เหมาะสมกับลักษณะของเงินทุน
5. ความเสี่ยงจากการพึ่งพาผลิตภัณฑ์กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เนื่องจากในปัจจุบันบริษัทพึ่งพารายได้หลักจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำจัดแมลง ภายใต้ตราสินค้า “เซนไดร์รี่” เป็นรายได้หลัก จึงอาจทำให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อผลการดำเนินงาน หากผลิตภัณฑ์ที่ทำจัดแมลงไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค บริษัทจึงพยายามที่จะขยายธุรกิจไปยังผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดภายใต้ตราสินค้า “ทีโพลี” และขยายธุรกิจไปยังกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม โดยผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ลิสงอบกรอบและอบเกลือ ภายใต้ตราสินค้า “มารูโจ้” และผลิตภัณฑ์นมพาสเจอร์ไรส์ ภายใต้ตราสินค้า “HOKKAIDO”

## Capital Structure

(Unit : MB)

	9M/2020	9M/2019	2019	2018
Current Liabilities	534.59	484.59	533.28	284.87
Non-Current Liabilities	58.19	34.92	41.63	18.44
Shareholders' Equity	637.71	611.31	703.22	641.75

## Company Structure



## Company Image

