

วันที่ 11 สิงหาคม 2564

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุด ณ 30 มิถุนายน 2564
เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เซอร์วูด คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) และบริษัทย่อย ขอนำส่งงบการเงินสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2563 ซึ่งผู้สอบบัญชีอนุญาตได้สอบทานแล้ว พร้อมทั้งเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานสรุปดังนี้

ผลการดำเนินงานของบริษัทสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 บริษัทมีกำไรสุทธิ 62.93 ล้านบาท โดยมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทจำนวน 60.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.90 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 195.67 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 ซึ่งมีกำไรสุทธิ 20.39 ล้านบาท

รายได้:

บริษัทมีรายได้จากการขายสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 จำนวน 794.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 260.50 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 48.77 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 เนื่องจากในปี 2564 บริษัทได้เพิ่มการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆมากขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้า โดยมีแคมเปญการโปรโมทสินค้า “เซนไดร์ท์ โฟม 2” จากหนังสือโฆษณาเรื่องตายจริงถึงแหล่ง และแคมเปญการโปรโมทสินค้า “ทีโพล์ เพียว” จากหนังสือโฆษณาเรื่องร้ายต่อปราบแค้นรักผิวกุณ ที่ได้รับการตอบรับที่ดี อีกทั้ง บริษัทได้จัดกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายเพิ่มมากขึ้นเพื่อช่วยสร้างความแข็งแกร่งทางการขาย และได้เพิ่มการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมร้านค้าทั่วประเทศให้มากขึ้น ทำให้บริษัทสามารถลดผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลให้เศรษฐกิจชะลอตัวและการอุปโภคบริโภคสินค้าลดลง นอกจากนี้ จากที่บริษัทได้มีการขยายธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยได้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มสมุนไพร ภายใต้ตราสินค้า “ซูเปอร์ไฟต์” ในทุกช่องทางจัดจำหน่ายทั่วประเทศ บริษัทได้มีการโฆษณาดราสินค้าผ่านหนังสือโฆษณาเรื่องพลิกชีวิตสู้ทุกไฟต์ รวมทั้งโฆษณาดราสินค้าผ่านสื่อต่างๆเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าและช่วยสนับสนุนทางการขายสินค้าให้กับบริษัทอีกด้วย

ต้นทุนขาย:

บริษัทมีต้นทุนขายสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 ลดลงจากร้อยละ 64.43 เป็นร้อยละ 57.85 ของยอดขาย เนื่องจากราคาวัตถุดิบสารกำจัดแมลงและราคาสารเคมีฆ่าแมลงมีการปรับราคาลดลง ประกอบกับปริมาณการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นจึงทำให้ค่าใช้จ่ายการผลิตที่ต่อหน่วยลดลง

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย :

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 จำนวน 185.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 103.92 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 127.83 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 เนื่องจากบริษัทได้โฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้า รวมทั้งจัดกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อรักษาสถานะลูกค้า และช่วยสร้างความแข็งแกร่งทางด้านการขายพร้อมทั้งสนับสนุนการขายให้กับบริษัท

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร :

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับงวดหกเดือน สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2564 จำนวน 61.14 ล้านบาท ลดลง 14.92 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 19.62 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 เนื่องจากรายการปรับปรุงทางบัญชีและจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจมีความไม่แน่นอน

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นายเดกิงพล เหล่าพิสุทธิ
ผู้มีอำนาจลงนาม