

วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง คำอธิบายและวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 4 ปี 2565 และผลการดำเนินงานสำหรับปี 2565 สิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม 2565

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท เซอร์วูด คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) และบริษัทย่อย ขอนำส่งงบการเงินสำหรับปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เปรียบเทียบกับงวดเดียวกันของปี 2564 ซึ่งผู้สอบบัญชีอนุญาตได้ตรวจสอบแล้ว พร้อมทั้งเรียนชี้แจงผลการดำเนินงานสรุปดังนี้

ผลการดำเนินงานของบริษัทสำหรับไตรมาส 4 ปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีกำไรสุทธิ 4.63 ล้านบาท โดยมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทจำนวน 2.10 ล้านบาท ลดลง 50.38 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 95.99 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 ซึ่งมีกำไรสุทธิ 52.48 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานของบริษัทตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2564 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 มีผลกำไรสุทธิ 23.64 ล้านบาท โดยมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทจำนวน 17.26 ล้านบาท ลดลง 128.94 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 88.20 เมื่อเทียบกับปี 2564 ซึ่งมีกำไรสุทธิ 146.20 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานของบริษัท

รายได้:

บริษัทมีรายได้จากการขายในไตรมาส 4 ปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 474.04 ล้านบาท ลดลง 97.94 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 17.12 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากสินค้าในกลุ่มธุรกิจเคมีเคหะภัณฑ์มีการแข่งขันด้านราคาในตลาดสูง โดยผู้จำหน่ายรายอื่นทำกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีรายได้จากการขายตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 1,694.08 ล้านบาท ลดลง 132.37 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 7.25 เมื่อเทียบกับปี 2564 เนื่องจากผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากค่าครองชีพที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งจากสินค้าที่มีความจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวันและจากค่าขนส่งที่ยังคงปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ความต้องการในการใช้สินค้าเคมีภัณฑ์ที่ใช้ในบ้านเรือนลดลง ประกอบกับผู้จำหน่ายรายอื่นทำกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้สินค้าในกลุ่มธุรกิจเคมีเคหะภัณฑ์มีรายได้ลดลง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงทำกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการทำโปรโมชั่นในทุกกลุ่มสินค้า โดยเลือกช่องทางจัดจำหน่ายและโปรโมชั่นให้สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัท และยังคงเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดเรียงและการมองเห็นสินค้าในทุกช่องทางอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดไว้ อีกทั้งยังคงมุ่งเน้นการขายสินค้าผ่านช่องทางจัดจำหน่ายในแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยบริษัทยังคงมีการเติบโตของรายได้จากการขายสินค้าในกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจากการที่บริษัทได้เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่และเพิ่มการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมร้านค้าทั่วประเทศมากขึ้น สำหรับปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีรายได้จากการขายสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์เคมีเคหะภัณฑ์ลดลง โดยมีรายได้

ลดลงจากช่องทางจำหน่ายร้านค้าปลีกดั้งเดิม แต่มีรายได้เติบโตในช่องทางจำหน่ายธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่, ช่องทางขายอุตสาหกรรม, ช่องทางขายเคมีเกษตร, ช่องทางจำหน่ายสินค้าแพลตฟอร์มออนไลน์ และช่องทางส่งออก โดยช่องทางจำหน่ายธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.65 จากการทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายและเพิ่มการกระจายสินค้าในกลุ่มสเปร์ยกำจัดแมลงบิน อีกทั้งมีผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ไครท์ เพาเวอร์ แทร็ป, ที โพล์ เพียว ขนาด 330 มล. และ ที โพล์ ดิชซูบเปอร์ เลมอน ที่ช่วยเพิ่มการกระจายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น สำหรับช่องทางขายอุตสาหกรรมมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.89 จากการเพิ่มรายการส่งเสริมการขาย การปรับสูตรผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีการปรับกลยุทธ์การขายและการขยายจำนวนลูกค้าทั้งในกลุ่มทำความสะอาดและกลุ่มกำจัดแมลง ช่องทางขายเคมีเกษตรมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 67.87 จากการเพิ่มรายการส่งเสริมการขายในสินค้ากลุ่มเคมีเกษตรและจากสินค้าในกลุ่มปุ๋ย และบริษัทมีรายได้จากการขายในช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 247.05 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากมีการขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น สำหรับช่องทางส่งออกมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.98 โดยเพิ่มขึ้นจากตลาดส่งออกออสเตรเลียที่มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.70 จากการเพิ่มรายการส่งเสริมการขายและผลิตภัณฑ์ใหม่ และตลาดส่งออก Industrial มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 40.24 สำหรับรายได้จากการขายในกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งเป็นธุรกิจถ้วยชาได้ตราสินค้า ‘มารู โจ้’ มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.73 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 จากการเพิ่มการกระจายสินค้า ทั้งจากการเพิ่มการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมร้านค้าทั่วประเทศมากขึ้น และจากการทำบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบสายแวนที่ช่วยส่งเสริมการกระจายสินค้าได้มากขึ้น สำหรับธุรกิจนมภายใต้ตราสินค้า ‘สอกโกโด’ มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.34 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากมีการนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายใน Supermarket เพื่อเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น สำหรับธุรกิจเครื่องดื่มภายใต้ตราสินค้า “ซูบเปอร์ไฟต์” มีรายได้จากการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 75.17 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากการขยายตลาดและจากผลิตภัณฑ์ใหม่ ซูบเปอร์ไฟต์ขนาด 100 มิลลิลิตร ที่ช่วยเพิ่มการกระจายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

ต้นทุนขาย :

บริษัทมีต้นทุนขายในไตรมาส 4 ปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 61.13 เป็นร้อยละ 65.78 ของยอดขาย เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์มีการปรับราคาเพิ่มขึ้น และราคาน้ำมันดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตปรับตัวสูงขึ้นตามราคาคาตลาดโลก

บริษัทมีต้นทุนขายตามงบการเงินรวมสำหรับปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 59.12 เป็นร้อยละ 66.57 ของยอดขาย เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์มีการปรับราคาเพิ่มขึ้น และราคาน้ำมันดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตปรับตัวสูงขึ้นตามราคาคาตลาดโลก อีกทั้งค่าขนส่งสินค้าที่ปรับราคาเพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันเช่นกัน อย่างไรก็ตามทางบริษัทได้มีการปรับราคาขายสินค้ารวมทั้งปรับ โปรโมชันของสินค้าโดยอ้างอิงจากราคาคาตลาดและจากคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่าย :

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายในไตรมาส 4 ปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 109.66 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.99 ล้านบาทหรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.81 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากบริษัทได้มีการโฆษณาสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มผ่านสื่อต่างๆมากขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้กับผู้บริโภคและเพื่อช่วยสนับสนุนทางด้านการขาย รวมทั้งจัดกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้และ โอกาสในการทดลองสินค้าที่ช่วยส่งเสริมเพิ่มฐานลูกค้าและเพิ่มยอดขายให้กับบริษัท

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการขายและจัดจำหน่ายสำหรับปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 356.61 ล้านบาท ลดลง 23.08 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 6.08 เมื่อเทียบกับปี 2564 เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายโดยการปรับแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับการทำกิจกรรมทางการตลาดและกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยเน้นการทำกิจกรรมที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร :

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารในไตรมาส 4 ปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 34.03 ล้านบาท ลดลง 13.53 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 28.44 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2564 เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่าย

บริษัทมีค่าใช้จ่ายในการบริหารสำหรับปี 2565 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 155.40 ล้านบาท ลดลง 3.83 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 2.40 เมื่อเทียบกับปี 2564 เนื่องจากการควบคุมค่าใช้จ่ายในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจมีความไม่แน่นอน

ฐานะการเงินของบริษัท

สินทรัพย์ :

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีสินทรัพย์รวมเท่ากับ 1,273.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 56.34 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 4.63 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2565 โดยสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากรายการเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจากเงินสดรับจากการเพิ่มทุน สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนเพิ่มขึ้นจากที่ดิน อาคารและอุปกรณ์และสินทรัพย์สิทธิการใช้

หนี้สิน :

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีหนี้สินรวมเท่ากับ 554.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 50.77 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 10.09 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยเพิ่มขึ้นจากเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ส่วนของผู้ถือหุ้น :

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2565 บริษัทมีส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่ที่ 719.42 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.57 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 0.78 จากวันที่ 31 ธันวาคม 2564 โดยเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มทุนและมีการจ่ายปันผลระหว่างกาล

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

นายเลกิงพล เหล่าพิสุทธิ
ผู้มีอำนาจลงนาม