

WINNER

บริษัท วินเนอร์กรุ๊ป เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน)
WINNER GROUP ENTERPRISE PUBLIC COMPANY LIMITEDสำนักงานใหญ่ : 43 อาคารไทยซีซีทาวเวอร์ ชั้น 21 ห้อง 214-219 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขต
สาทร กทม. 10120

ติดต่อ : 0-2675-6525-31

Website : www.winnergroup.co.th

MD

นายเจน วงษ์วิริยะกุล
กรรมการผู้จัดการTel : 0-2675-6525
executives
@winnergroup.co.th

CFO

นางสาวกณลลิส วงษ์วิริยะกุล
รองกรรมการผู้จัดการTel : 0-2675-6525
executives
@winnergroup.co.th

IRO

นางสาวกวิตา วาสนาเรืองเดช
นักลงทุนสัมพันธ์Tel : 0-2675-6525 ต่อ 106
Mobile : 091-889-4225
ir@winnergroup.co.th

CG Report Score :

THSI List : -

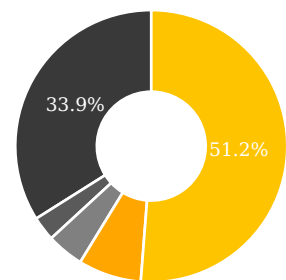
Stock Data (18/08/2017)

	YTD	2016	2015
Paid-up (MB)	100.00	100.00	100.00
Listed share (M)	400.00	400.00	400.00
Par (B)	0.25	0.25	0.25
Market Cap (MB)	1,600.00	1,264.00	1,016.00
Price (B./share)	4.00	3.16	2.54
EPS (B)	0.11	0.26	0.22

Statistics (18/08/2017)

	P/E	P/BV	Div.Yield
WINNER (x)	15.14	2.69	5.75
SERVICES - mai (x)	-	3.63	1.85
SERVICES - SET (x)	38.67	3.82	1.72
mai (x)	105.06	2.66	1.59
SET (x)	16.63	1.89	3.08

Shareholder Structure (15/03/2017)



ครอบคลุมวงษ์วิริยะกุล (51.2%)	ครอบคลุมโรจนวิภาส (7.5%)
ครอบคลุมเกรียงไกรฤกษ์ (2.9%)	ครอบคลุมมาบัสสิทธิ์ (4.4%)
ผู้ถือหุ้นรายย่อย (33.9%)	

Financial Ratios

	6M/2017	6M/2016	2016	2015
ROE (%)	17.97	16.06	17.73	15.50
ROA (%)	15.00	13.45	14.72	12.76
D/E (x)	0.46	0.60	0.53	0.57
GP Margin (%)	20.84	20.11	20.90	21.29
EBIT Margin (%)	6.89	6.48	7.82	7.72
NP Margin (%)	5.48	5.07	6.07	6.14

Company Background

- ประกอบธุรกิจหลักเป็นผู้นำเข้า ผลิต จำหน่ายส่วนผสมและสารปรุงแต่งอาหารเพื่ออุตสาหกรรม และผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค
- ผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่
 - กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทส่วนผสม และสารปรุงแต่งอาหารเพื่ออุตสาหกรรม (Industry Products)
 - กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค (Consumer Products)
- ช่องทางการจำหน่าย แบ่งออกเป็น 3 ช่องทาง ได้แก่
 - ผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปอาหาร (Industry)
 - ผู้ให้บริการด้านอาหาร (Food Service)
 - ร้านค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าปลีกดั้งเดิม (Modern Trade and Traditional Trade)

Key Development of Company

2004	ขยายการดำเนินงานด้วยการซื้อโรงงานที่ตั้งอยู่ที่นิคมฯบางปะอิน เพื่อใช้เป็นสายการผลิตสารเติมแต่งและสารเสริมสร้างคุณสมบัติอาหาร และสารผสม (Premix)
2008	ก่อสร้างคลังสินค้าแห่งที่ 2 และคลังสินค้าควบคุมอุณหภูมิและความชื้น พื้นที่ 3 ไร่ ตั้งอยู่ที่ถนนบางนาตราด เพื่อเป็นศูนย์กระจายสินค้าในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
2010	เปิดร้านค้าแฟรนไชส์และเบเกอรี่ของบริษัท ภายใต้แบรนด์ "Délisé" ตั้งอยู่ที่อาคารไทยซีซีทาวเวอร์สาทร เพื่อเป็นหน้าร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าทุกประเภท
2013	แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 100 ล้านบาท และเข้าจดทะเบียนในตลาด mai เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2556
2016	จัดจำหน่ายรายพิชแห่งรอบรอบ ตรา Nature Valley ในร้านเซเว่น อีเลฟเว่นกว่า 9,000 สาขาทั่วประเทศ เพื่อขยายช่องทางจัดจำหน่ายให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น

Revenue Structure

หน่วยนับ : 30 ปี.

(Unit : MB)

	6M/2017	%	6M/2016	%	2016	%	2015	%
1. รายได้จากการขาย	786.97	99.55	841.14	99.65	1,720.38	99.20	1,430.51	98.69
- สินค้าอุตสาหกรรม	342.41	43.31	382.05	45.26	744.59	42.93	589.25	40.65
- สินค้าอุปโภคบริโภค	444.56	56.24	459.09	54.39	975.79	56.26	841.26	58.04
2. รายได้อื่นๆ	3.57	0.45	2.91	0.35	13.91	0.80	19.02	1.31
รวม	790.54	100.00	844.05	100.00	1,734.29	100.00	1,449.53	100.00

Business Plan

บริษัทมีแผนการดำเนินงานธุรกิจในระยะเวลา 2-3 ปี ข้างหน้า ดังนี้

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร และผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านอาหาร (Food Service/ HoReCa) และจัดหาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภครายย่อย เพื่อขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายของบริษัทฯ ให้หลากหลายมากขึ้น
- เพิ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (Customized) รวมถึงการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ที่สารผสมและการแบ่งบรรจุรูปแบบต่างๆ
- ตั้งเป้าหมายที่จะส่งออกผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ ผลิตเอง อาทิ น้ำตาลไอซิ่ง ผงฟู แป้งสาลี ไปยังประเทศในภูมิภาคใกล้เคียง เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตให้ใกล้เคียงกำลังการผลิตสูงสุดของโรงงาน อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการดำเนินงานต่อหน่วยเพื่อการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อบริโภค ภายใต้ตราสินค้าของตนเอง เพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ
- ขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมลูกค้าอุตสาหกรรมอาหารทุกกลุ่ม โดยมุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่ให้บริการด้านอาหาร (Food Service/HoReCa) และผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่มีแนวโน้มการเติบโตค่อนข้างสูง รวมถึงขยายกลุ่มลูกค้าจากลูกค้าในกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปยังกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัด
- ขยายธุรกิจจากอาหารไปสู่ธุรกิจอื่นๆ เช่น ยา เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลตัวเอง (Personal care) อาหารสัตว์ และอื่นๆ เพื่อขยายฐานธุรกิจให้เติบโตและมีความหลากหลาย
- เพิ่มช่องทาง E-commerce โดยเปิดขายสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ เพื่อเข้าถึงลูกค้าและผู้บริโภคได้หลากหลายมากขึ้น

Investment Highlight

เมษายน 2016	ปรับปรุงและขยายร้านเดลิเช่ (Délisé) สาขาอาคารไทยซีซี ให้เป็นร้านเบเกอรี่คาเฟ่ เพื่อใช้เป็นหน้าร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ นำเข้าทุกประเภท และรองรับลูกค้า/คู่ค้าประเภทร้านค้าส่งที่ต้องการเยี่ยมชมสินค้าจริงหน้าร้าน โดยเปิดให้บริการในเดือนมิถุนายน
สิงหาคม 2016	เริ่มจัดจำหน่ายสินค้าธัญพืชแต่งอบกรอบ ตรา เนเจอร์วัลเลย์ รสข้าวโอ๊ตและน้ำผึ้ง และรสคารกช็อกโกแลต ในร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่นกว่า 9,000 สาขาทั่วประเทศ เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น

Risk Factor

ความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของราคาและปริมาณผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสินค้าเกษตร

สินค้าเกษตรแปรรูปเป็นสินค้าที่มีราคาเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของตลาดโลกและมีปริมาณผลผลิตที่ไม่คงที่ หากผลผลิตมีจำนวนจำกัดอาจส่งผลให้ราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้นและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานได้ บริษัทฯ จึงมีมาตรการรองรับความเสี่ยง โดยให้ผู้ผลิตเสนอราคาล่วงหน้า และคงราคาเสนอขายอย่างน้อยสามเดือน หากผู้ผลิตประสงค์จะปรับราคาสินค้า ทางผู้ผลิตจะต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า บริษัทฯ จึงมีช่วงเวลาในการปรับราคาสินค้าในแต่ละครั้ง (Grace period) ประกอบกับลักษณะการสั่งซื้อสินค้าเกษตรแปรรูปจะเป็นการจับคู่ระหว่างคำสั่งซื้อของลูกค้ากับการเสนอซื้อจากผู้ผลิต ทำให้บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากความผันผวนของราคาสินค้าในตลาดโลกลดลง

ความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

สินค้าของบริษัทฯ ส่วนใหญ่เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งต้องชำระค่าสินค้าเป็นสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐหรืออเมริกาเป็นหลัก ในขณะที่การจำหน่ายในประเทศเป็นสกุลเงินบาททั้งหมด หากเงินบาทอ่อนค่าอาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนขายสินค้าของบริษัทฯ ให้สูงขึ้นได้ ด้วยเหตุนี้ บริษัทฯ จึงทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า (Forward Contract) เพื่อให้บริษัทฯ สามารถกำหนดต้นทุนสินค้า และป้องกันความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้าจะทำให้ทราบต้นทุนสินค้าขายที่แน่นอน และลดผลกระทบได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการเก็งกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน

Capital Structure

(Unit : MB)

	6M/2017	6M/2016	2016	2015
Current Liabilities	266.86	340.12	310.96	323.66
Non-Current Liabilities	9.35	9.54	8.50	10.92
Shareholders' Equity	595.13	581.42	603.82	584.67

Company Structure

ไม่มีบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

Company Image



สินค้าเพื่ออุตสาหกรรม (Industry Products)



สินค้าเพื่อบริโภค (Consumer Products)