

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

ในไตรมาส 3/2564 บริษัทฯ มีรายได้รวม อยู่ที่ 28,486.1 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 72.7 YoY แต่ปรับลดลงร้อยละ 4.4 QoQ โดยรายได้จากธุรกิจยางธรรมชาติ มีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นเป็นที่ร้อยละ 62.0 ของรายได้จากการขายและบริการ อยู่ที่ 17,665.6 ล้านบาท เติบโตสูงสุดที่ร้อยละ 110.3 YoY จาก 1)ราคาขายเฉลี่ยของยางธรรมชาติที่ปรับตัวอยู่ในระดับสูง 2)ปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของภาคบริโภค และ 3)ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นของ STA ขณะที่เมื่อพิจารณาเทียบ QoQ รายได้จากธุรกิจยางธรรมชาติปรับเพิ่มขึ้น 5.3 QoQ จากราคาขายเฉลี่ยของบริษัทฯ ที่สูงกว่าราคาขายธรรมชาติในตลาดโลก จากความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ การส่งมอบที่ตรงต่อเวลา ทำให้บริษัทฯ เป็นตัวเลือกแรกและตัวเลือกที่ดีที่สุดของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยใน 3Q64 ปริมาณการขายของบริษัทฯ อยู่ที่ 311,308 ตัน และในรอบ 9M64 เมื่อพิจารณาตามการใช้กำลังการผลิตบริษัทฯ มีส่วนแบ่งของการผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยที่ร้อยละ 33 จากร้อยละ 27 ใน 9M63 และด้วยสถานะตลาดที่ฟื้นตัวประกอบกับความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น หนุนให้กำไรขั้นต้นของธุรกิจยางธรรมชาติใน 3Q64 ปรับเพิ่มขึ้นสูงสุดเป็นประวัติการณ์อยู่ที่ร้อยละ 13.6

ด้วยความต้องการในการบริโภคสูงมีอย่างแข็งแกร่ง ธุรกิจจูงมือยาง สร้างรายได้ให้แก่บริษัทฯ 10,801.3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.9 ของรายได้จากการขายและบริการ เติบโตอย่างมากที่ร้อยละ 33.6 YoY โดยหลักจากราคาขายเฉลี่ยได้ปรับเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 34.1 เมื่อเทียบกับ 3Q63 ขณะที่เมื่อเทียบ QoQ รายได้จากธุรกิจจูงมือยางปรับลดลงร้อยละ 16.8 QoQ ตามราคาขายเฉลี่ยที่อ่อนตัวลง ซึ่งบางส่วนสามารถชดเชยด้วยปริมาณการขายที่ปรับตัวดีขึ้น จากการกลับมาเดินเครื่องจักรอย่างเต็มที่ของโรงงานที่จ.ตรัง และ จ.สุราษฎร์ธานี ภายหลังจากการหยุดการผลิตชั่วคราวในช่วง 2Q64 จากสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ใน 3Q64 บริษัทฯ มีปริมาณการขายจูงมือยางรวม 7,051 ล้านชิ้น ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจจูงมือยางอยู่ที่ร้อยละ 53.2 ซึ่งเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่สูงในลำดับต้นๆ ของอุตสาหกรรม

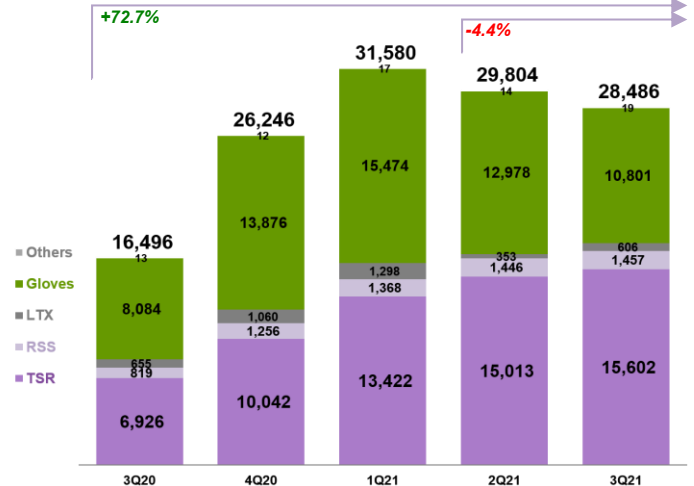
ใน 3Q64 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 3,230.8 ล้านบาท คิดเป็นกำไรที่ 2.10 บาทต่อหุ้น โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 28.6 และ 11.3 ตามลำดับ พร้อมจ่ายอีกทั้งปันผลระหว่างกาลในอัตราหุ้นละ 1.25 บาท ให้แก่ผู้ถือหุ้น โดยจะขึ้นเครื่องหมาย XD ในวันที่ 18-22 พ.ย. 64 นี้

อัตราส่วนสำคัญทางการเงิน

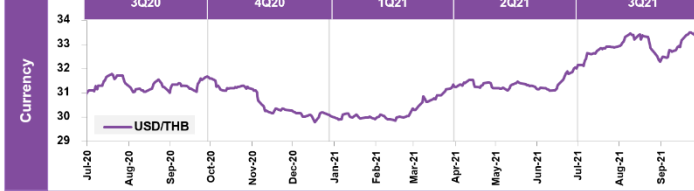
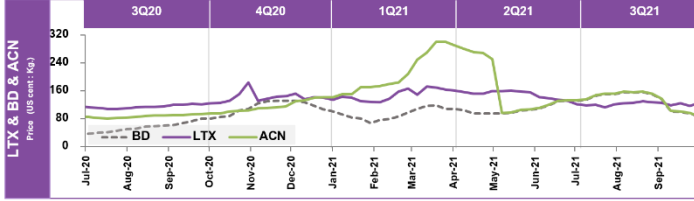
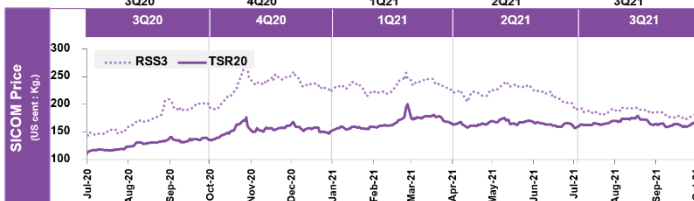
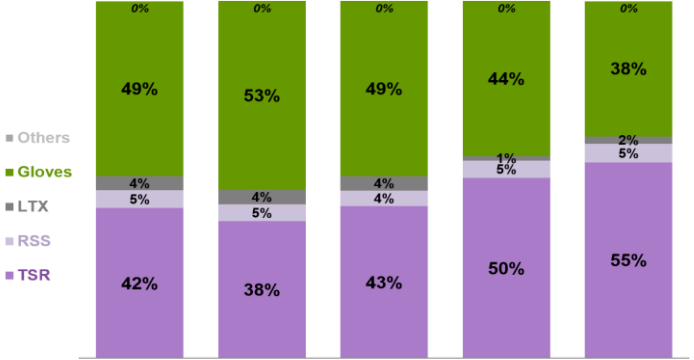
	3Q21	3Q20	2Q21	FY20
อัตรากำไรขั้นต้น	28.6%	34.1%	36.7%	28.9%
อัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุง*	26.7%	32.6%	35.4%	29.2%
อัตรา EBITDA	23.5%	32.2%	33.9%	27.2%
อัตรากำไรสุทธิ	11.3%	12.6%	16.9%	12.6%
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	2.38	1.77	2.38	1.77
อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อทุน (เท่า)	0.22	0.19	0.17	0.25
อัตรากำไรหมุนของสินทรัพย์ถาวร (เท่า)	3.63	2.20	3.94	2.53
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	106	86	98	109
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	25	28	27	32
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)	8	8	8	8

หมายเหตุ: * ปรับเทียบเต็มปี
** ปรับด้วยค่ามือ (การถดถอยมูลค่า) การลดลงของสินค้าคงเหลือและกำไรขาดทุน ที่เกิดขึ้นแล้วจากธุรกิจรม บึงกิ้งความเสี่ยง

รายได้แยกตามผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)



สัดส่วนของรายได้แยกตามผลิตภัณฑ์



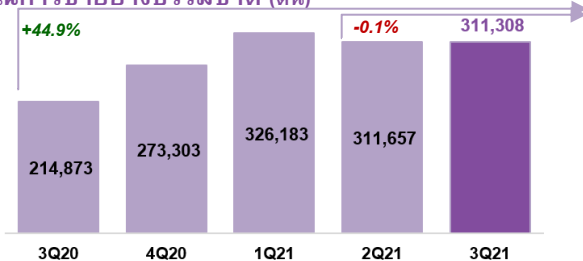
ABBREVIATIONS
RSS: Rubber smoked sheet
LTX: Concentrated Latex
TSR: Technically specified rubber, which includes STR and SIR
BD: Butadiene
ACN: Acrylonitrile

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

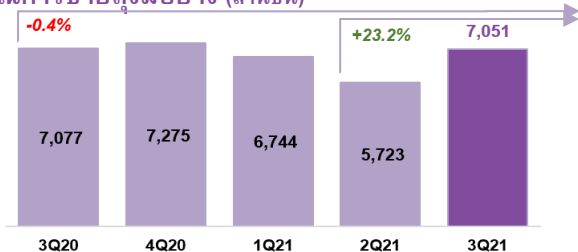
(หน่วย: ล้านบาท)	3Q64	3Q63	%YoY	2Q64	%QoQ	9M64	9M63	%YoY
รายได้จากการขายและการให้บริการ	28,486.1	16,496.0	72.7%	29,803.6	-4.4%	89,869.2	49,233.2	82.5%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	(20,331.8)	(10,878.7)	86.9%	(18,852.5)	7.8%	(57,211.6)	(38,679.7)	47.9%
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	8,154.2	5,617.4	45.2%	10,951.1	-25.5%	32,657.7	10,553.5	209.5%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(2,014.8)	(1,007.4)	100.0%	(1,728.7)	16.5%	(5,330.7)	(3,444.8)	54.7%
รายได้อื่น และเงินเป็นผลรับ	259.0	174.7	48.2%	95.3	171.9%	365.7	245.9	48.7%
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	189.7	214.8	-11.7%	50.5	275.5%	692.2	190.5	263.4%
กำไร (ขาดทุน) อื่น	(714.6)	(446.3)	60.1%	(113.7)	528.7%	(1,932.5)	(357.4)	440.7%
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	5,873.6	4,553.2	29.0%	9,254.5	-36.5%	26,452.4	7,187.7	268.0%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า	68.3	24.6	177.7%	73.0	-6.4%	173.7	146.5	18.6%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	6,691.5	5,305.8	26.1%	10,110.1	-33.8%	28,860.9	9,421.3	206.3%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	5,941.8	4,577.8	29.8%	9,327.5	-36.3%	26,626.2	7,334.3	263.0%
ต้นทุนทางการเงิน	(213.5)	(146.2)	46.0%	(210.3)	1.5%	(599.8)	(520.3)	15.3%
ภาษีเงินได้	(569.4)	(372.6)	52.8%	(950.6)	-40.1%	(2,351.8)	(538.3)	336.9%
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	5,187.1	4,069.8	27.5%	8,196.4	-36.7%	23,757.2	6,292.7	277.5%
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท	3,230.8	2,084.4	55.0%	5,043.7	-35.9%	14,233.0	4,032.3	253.0%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	1,956.4	1,985.3	-1.5%	3,152.7	-37.9%	9,524.2	2,260.4	321.3%

รายได้จากการขายและการให้บริการ ในไตรมาส 3/2564 อยู่ที่ 28,486.1 ล้านบาท ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 72.7 YoY แต่ลดลงร้อยละ 4.4 QoQ โดยรายได้จากรูทกิจยางธรรมชาติ 17,665.6 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62.0 ของรายได้จากการขายและบริการ เติบโตอย่างมากที่ร้อยละ 110.3 YoY จากทั้งราคาขายที่ฟื้นตัวในลักษณะเดียวกับสินค้าโภคภัณฑ์อื่นๆ และปริมาณการขายที่ปรับเพิ่มขึ้นตามการฟื้นตัวของภาคการบริโภคจากผู้ผลิตยางล้อและส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นของ STA หากพิจารณา QoQ รายได้จากรูทกิจยางธรรมชาติปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 QoQ จากการเพิ่มขึ้นของราคาขายเฉลี่ยของบริษัท ที่สูงกว่าราคาตลาดโดยรวม สำหรับรายได้จากรูทกิจงูมมียาง 10,801.3 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.9 ของรายได้จากการขายและบริการ ขยายตัวร้อยละ 33.6 YoY จากราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่เมื่อเทียบ QoQ รายได้จากรูทกิจงูมมียางปรับลดลงร้อยละ 16.8 จากราคาขายเฉลี่ยที่อ่อนตัวลงเป็นหลัก นอกจากนี้บริษัท มีรายได้จากผลิตภัณฑ์อื่นและบริการอื่นจำนวน 19.1 ล้านบาท

ปริมาณการขายยางธรรมชาติ (ตัน)



ปริมาณการขายงูมมียาง (ล้านชิ้น)



ปริมาณการขายของผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติ ในไตรมาส 3/2564 อยู่ที่ 311,308 ตัน เติบโตร้อยละ 44.9 YoY ในทุกตลาดตามการฟื้นตัวของภาคการบริโภคและส่วนแบ่งทางการตลาด

หมายเหตุ *

การตลาดของบริษัทฯ ที่เพิ่มขึ้นจากการแข่งขันที่น้อยลงในอุตสาหกรรม ขณะที่เมื่อเทียบ QoQ ปริมาณการขายยางธรรมชาติคงที่ต่อเนื่องจาก 2Q64 ปรับลงเพียงร้อยละ 0.1 หากพิจารณาเป็นรายผลิตภัณฑ์คงที่ต่อเนื่องจาก 2Q64 ปรับลงต้องการต่อเนื่อง แต่ด้วยปริมาณสต็อกวัตถุดิบของบริษัทฯ ที่อ่อนตัวลงจากที่ฤดูกาลปิดกรีตที่ผ่านพ้นไปในช่วงเดือนพฤษภาคม ประกอบกับการแพร่ระบาดของ COVID ในโรงงานของผู้ผลิตยางล้อในประเทศบางราย ทำให้การบริโภคชะลอตัวเป็นการชั่วคราว อย่างไรก็ตาม ปริมาณการขายของผลิตภัณฑ์ยางแผ่นและน้ำยางข้นสามารถปรับเพิ่มขึ้น และชดเชยการลดลงของปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ยางแท่งได้ทั้งหมด โดยใน 9M64 บริษัทฯ มีอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ร้อยละ 69 ปรับเพิ่มขึ้นอย่างมากจากร้อยละ 51 ใน 9M63

หากพิจารณาปริมาณการขายตามภูมิศาสตร์ใน 3Q64 ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุด โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนร้อยละ 50.6 ตามมาด้วยตลาดในเอเชียอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตลาดในประเทศไทยที่ร้อยละ 15.0 ตลาดในทวีปอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 10.3 ซึ่งเติบโตได้อย่างโดดเด่นกว่าร้อยละ 1,675.3 YoY และ 66.8 QoQ ตามมาด้วยตลาดในทวีปยุโรปที่ร้อยละ 5.8 และตลาดในทวีปอื่นๆ ที่ร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ปริมาณการขายของผลิตภัณฑ์งูมมียาง ในไตรมาส 3/2564 อยู่ที่ 7,051 ล้านชิ้น ค่อนข้างคงที่เมื่อเทียบ 3Q63 ปรับลงเพียงร้อยละ 0.4 YoY แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.2 QoQ จากการกลับมาเดินเครื่องจักรอย่างเต็มที่ของโรงงานที่จ.ตรัง และ จ.สุราษฎร์ธานี ภายหลังจากการหยุดการผลิตชั่วคราวในช่วง 2Q64 จากสถานการณ์ COVID-19 ขณะที่ปริมาณการส่งออกฟื้นตัวดีขึ้น แต่ QoQ ยังคงน้อยกว่าเป้าหมายที่บริษัทฯ ได้ตั้งไว้ สำหรับอัตราการใช้กำลังการผลิตใน 9M64 อยู่ที่ร้อยละ 90 โดยสัดส่วนของรายได้จากการขายงูมมียางธรรมชาติเทียบกับงูมมียางในไตรมาศ อยู่ที่ร้อยละ 62:38 และหากพิจารณารายได้การขายตามภูมิศาสตร์ ตลาดตลาดทวีปอเมริกาเหนือเป็นภูมิภาคที่มีสัดส่วนรายได้สูงสุดประมาณร้อยละ 32.4 ตามมาด้วยในทวีปเอเชียที่ร้อยละ 31.7 ยุโรปที่ร้อยละ 13.8 อเมริกาใต้ที่ร้อยละ 12.6 แอฟริกาที่ร้อยละ 5.6 ตะวันออกกลางที่ร้อยละ 3.3 และทวีปอื่นๆ ที่ร้อยละ 0.6



รายได้ตามสายผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)

	3Q21	3Q20	% YoY	2Q21	% QoQ
ยางแท่ง*	15,602.3	6,925.8	125.3%	15,012.8	3.9%
%	54.8%	42.0%		50.4%	
ถุงมือยาง	10,801.3	8,083.9	33.6%	12,978.4	-16.8%
%	37.9%	49.0%		43.5%	
ยางแผ่นรมควัน	1,456.9	819.1	77.9%	1,446.0	0.8%
%	5.1%	5.0%		4.9%	
น้ำยางข้น	606.4	654.5	-7.3%	352.6	72.0%**
%	2.1%	4.0%		1.2%	
อื่น ๆ***	19.1	12.7	50.2%	13.7	-39.1%
%	0.1%	0.1%		0.0%	
รวม	28,486.1	16,496.0	72.7%	29,803.6	-4.4%

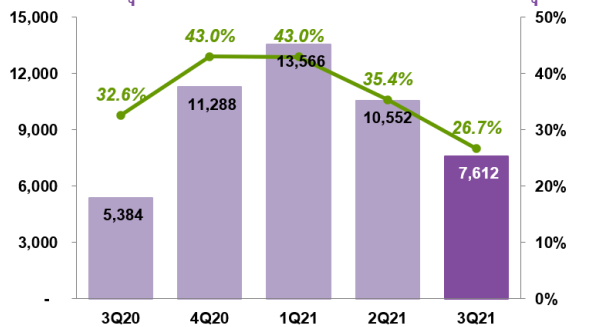
รายได้ตามผลิตภัณฑ์ของปีงบประมาณ

* การขายยางแท่งในไตรมาสที่เพิ่มขึ้นแต่ปีงบประมาณที่ลดลงเนื่องจากเงินรวมของไตรมาส

** ประโยชน์ที่ได้รับจาก (ก) การจำหน่ายไม้และบรรจุภัณฑ์ และ (ข) การให้บริการขนส่งทางบก ส่วนบริการด้านการส่ง การวิจัยและพัฒนา และเทคโนโลยีสารสนเทศแก่บริษัทในกลุ่มบริษัท และกิจกรรมด้านของบริษัท รวมถึงบริษัทภายนอก

กำไรขั้นต้น ในไตรมาส 3/2564 อยู่ที่ 8,154.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 45.2 YoY แต่ลดลงร้อยละ 25.5 QoQ โดย 1) ธุรกิจยางธรรมชาติ มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นทั้ง YoY และ QoQ จากความต้องการในการบริโภคที่ฟื้นตัวจากผู้ผลิตยางล้อสะท้อนให้ราคาขายในตลาดโลกปรับเพิ่มสูงขึ้น แต่กระนั้นก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กำไรขั้นต้นของธุรกิจยางธรรมชาติเติบโตอย่างโดดเด่น นั่นคือการที่บริษัทฯ สามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถสร้างราคาขายเฉลี่ยได้สูงกว่าราคาตลาด ด้วยเหตุนี้ อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจยางธรรมชาติปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องอยู่ที่ร้อยละ 13.6 จากร้อยละ 12.1 ใน 2Q64 และร้อยละ 7.4 ใน 3Q63 ขณะที่ 2) ธุรกิจถุงมือยาง จากการลดลงของราคาขายเฉลี่ย อันเนื่องมาจากความเร่งด่วนในการใช้งานที่ลดลง ส่งผลให้กำไรขั้นต้นของถุงมือยางปรับลดลงอยู่ที่ร้อยละ 53.2 ใน 3Q64 จากร้อยละ 68.7 ใน 2Q64 และร้อยละ 61.7 ใน 3Q63 ทั้งนี้ โดยภาพรวมอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ใน 3Q64 อยู่ที่ร้อยละ 28.6 อ่อนตัวลงจากร้อยละ 36.7 ใน 2Q64 และร้อยละ 34.1 ใน 3Q63 ทั้งนี้ หากพิจารณาการโอนกลับราคาหุ้นของสินค้าคงเหลือให้เป็นมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ 7.7 ล้านบาท และขาดทุนที่เกิดขึ้นจริงจากธุรกรรมป้องกันความเสี่ยง 549.6 ล้านบาท อัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุงปรับใน 3Q64 จะอยู่ที่ร้อยละ 26.7 จากร้อยละ 32.6 และร้อยละ 35.4 ใน 3Q63 และ 2Q64 ตามลำดับ

กำไรขั้นต้นปรับปรุง (ล้านบาท) และอัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุง* (%)



หมายเหตุ : * กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นภายหลังมีการปรับปรุงตัวค่าเผื่อ (การกลับรายการค่าเผื่อ) มูลค่าลดลงของสินค้าคงเหลือ และกำไรขาดทุน) ที่เกิดขึ้นแล้วจากธุรกรรมป้องกันความเสี่ยง

กำไรจากการดำเนินงาน ในไตรมาส 3/2564 อยู่ที่ 5,873.6 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรจากการดำเนินงานที่ร้อยละ 20.6 เติบโตอย่างมากจาก 4,553.2 ล้านบาท ใน 3Q63 แต่อ่อนตัวลงจาก 9,254.5 ล้านบาท ใน 2Q64 อันเนื่องมาจากกำไรขั้นต้นที่อ่อนตัวของธุรกิจถุงมือยาง ประกอบกับผลขาดทุนจากธุรกรรมป้องกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินจำนวน 714.6 ล้านบาท ซึ่งสามารถชดเชยด้วยกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจปกติที่ 189.7 ล้านบาท ได้บางส่วน

สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ 2,014.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 100.0 YoY และ 16.5 QoQ มาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขายที่เกี่ยวข้องกับค่าระวางเรือและค่าขนส่งสินค้าที่ปรับเพิ่มขึ้นอย่างมาก ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารปรับลดลงเมื่อเทียบ QoQ เนื่องจากใน 2Q64 มีค่าใช้จ่ายพิเศษจากการหยุดโรงงานถุงมือยางเป็นการชั่วคราว ขณะที่เมื่อเทียบ YoY ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้นตามการขยายตัวขององค์กร สำหรับรายได้อื่น ใน 3Q64 อยู่ที่ 258.5 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่มาจากรายการพิเศษที่เป็นเงินชดเชยโครงการสนับสนุนสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ยาง เพื่อใช้ในการขยายกำลังการผลิตจากการยางแห่งประเทศไทย (กยท.) จำนวน 149.6 ล้านบาท ทั้งนี้ ณ สิ้นงวด 3Q64 สินค้าคงเหลือของบริษัทฯ มีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (Net Realizable Value) เกินกว่าราคาหุ้นอยู่ 993.8 ล้านบาท* หมายเหตุ: *มูลค่าสินค้าคงเหลือตามวิธีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ เฉพาะยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น และยางแท่งของกลุ่มบริษัท มูลค่าสินค้าคงเหลือตามวิธีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับเกินกว่าราคาหุ้นซึ่งภายใต้มาตรฐานการรายงานทางการเงินของไทยไม่อนุญาตให้รับรู้ในกำไรขาดทุนจนกว่าสินค้าคงเหลือจะมีการขายจริง โดยจำนวนผลดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาขึ้นอยู่กับราคาขายจริง ณ เวลาที่มีการขายเกิดขึ้น

ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า ในไตรมาส 3/2564 อยู่ที่ 68.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นอย่างมากร้อยละ 177.7 YoY จากทั้งธุรกิจยางธรรมชาติและธุรกิจท่องเที่ยวไฮโรลิกแรงดันสูงที่ฟื้นตัวได้อย่างโดดเด่น ขณะที่เมื่อเทียบ QoQ อ่อนตัวลงร้อยละ 6.4 QoQ จากธุรกิจท่องเที่ยวไฮโรลิกแรงดันสูงที่ปริมาณการส่งออกบางส่วนได้รับผลกระทบจากปัญหาด้านการขนส่งทางทะเล

กำไรสุทธิ ในไตรมาส 3/2564 อยู่ที่ 3,280.8 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 11.3 เติบโตอย่างมีนัยสำคัญจาก 2,084.4 ล้านบาท ใน 3Q63 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 55.0 แต่ปรับลดลงจาก 2Q64 ที่ 5,043.7 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 35.9 แม้ธุรกิจถุงมือยางจะอ่อนตัวลงจากราคาขายเฉลี่ยที่ปรับลดลง แต่ความต้องการในการบริโภคถุงมือยางที่แข็งแกร่ง ยังคงเป็นปัจจัยบวกและสนับสนุนกลยุทธ์ในการขยายกำลังการผลิตโรงงานถุงมือยางของบริษัทฯ ขณะที่ธุรกิจยางธรรมชาติสามารถเติบโตได้อย่างโดดเด่นตามการฟื้นตัวของอัตรากำไรสุทธิของยางธรรมชาติที่อยู่ในระดับสูง ตลอดจนความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่ลูกค้าและคู่ค้ามีต่อศรีตรัง

อีกทั้ง ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบยางธรรมชาติในประเทศอินโดนีเซีย ทำให้วัตถุดิบยางธรรมชาติในประเทศอินโดนีเซียมีราคาสูงกว่าราคา ณ ตลาด SICOM ทำให้ราคาขายยางธรรมชาติในประเทศอินโดนีเซียเป็นราคาขายที่สูงที่สุดในโลก 3 ปีติดต่อกัน ส่งผลให้ผู้ผลิตยางล้อกลุ่มที่ไม่ใช่ผู้ผลิตจากประเทศจีน (Non-China) ที่แต่เดิมนิยมบริโภคจากประเทศอินโดนีเซีย หันมาบริโภคยางธรรมชาติจากประเทศอื่นๆ ซึ่งรวมถึงประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และเพื่อรองรับต่อความต้องการในการบริโภคยางธรรมชาติในประเทศที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทฯ ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทฯ ตัดสินใจขยายกำลังการผลิตยางแท่ง (TSR) โดยเป็นการติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มเติมบนพื้นที่ของ 4 โรงงานเดิมในจ.บึงกาฬ พิษณุโลก สกลนคร และตรัง โดยใช้งบลงทุนประมาณ 1,655 ล้านบาท ซึ่งจะแล้วเสร็จในปี 2567 ซึ่งจะช่วยให้แหล่งเงินทุนจากกำไรสะสมของบริษัทฯ หนุนหนุน และเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน ที่บริษัทฯ มีความได้เปรียบในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและต้นทุนทางการเงินที่ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยในตลาด โดยอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยของบริษัทฯ อยู่ที่เพียงร้อยละ 2.65



การวิเคราะห์ผลประกอบการตามสายธุรกิจ



ยางแท่ง

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางแท่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.8 ของรายได้จากการขาย ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 125.3 YoY และ 3.9 QoQ

การเพิ่มขึ้นอย่างมากของรายได้ YoY เป็นผลมาจากราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.2 สอดคล้องกับราคาขายธรรมชาติในตลาดโลกที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นตลอดจนปริมาณการขายที่ขยายตัวร้อยละ 54.5 ตามการฟื้นตัวของภาคการบริโภคจากผู้ผลิตยางล้อซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของยางธรรมชาติ และส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัท ที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น

เมื่อพิจารณาเทียบ QoQ รายได้ของบริษัท ปรับเพิ่มขึ้น โดยหลักเป็นผลมาจากราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ขณะที่ปริมาณการขายอ่อนตัวลงเล็กน้อยร้อยละ 3.3 เนื่องจากปริมาณสต็อกวัตถุดิบที่อ่อนตัวลงจากที่ฤดูกาลปิดกรีตที่ผ่านมาผ่านไปในช่วงเดือนพฤษภาคม ประกอบกับการแพร่ระบาดของ COVID ในโรงงานของผู้ผลิตยางล้อในประเทศบางราย ทำให้การบริโภคชะลอตัวเป็นการชั่วคราว

ด้วยราคาขายเฉลี่ยของยางแท่งของบริษัท สูงกว่าราคาขายแท่ง TSR20 ณ ตลาด SICOM ใน 3Q64 ที่มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 166.0 cent/kg. ประกอบกับสภาวะการแข่งขันในธุรกิจกลางน้ำของยางธรรมชาติที่ลดลงเมื่อเทียบกับหลายปีก่อนหน้า เนื่องจากคู่แข่งหลายรายประสบปัญหาสภาพคล่อง ทำให้ขาดแคลนเงินทุนในการซื้อวัตถุดิบ หนุนให้สถานะของบริษัท มีความแข็งแกร่งและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าทุกกลุ่มมากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ยางแท่งปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับทั้ง 3Q63 และ 2Q64



ยางแผ่นรมควัน

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.1 ของรายได้จากการขาย ขยายตัวร้อยละ 77.9 YoY และ 0.8 QoQ

การปรับเพิ่มขึ้นอย่างมากของรายได้ YoY โดยหลักเป็นผลมาจากราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 46.6 YoY ตามราคาตลาดโลกเฉกเช่นเดียวกับยางแท่ง และปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.3 YoY ขณะที่เมื่อเทียบ QoQ รายได้ปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยหลักเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการขายที่ร้อยละ 3.9 ซึ่งสามารถชดเชยการอ่อนตัวของราคาขายเฉลี่ยที่ร้อยละ 3.1 ได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ราคาขายยางแผ่นเฉลี่ยของบริษัท ยังคงสูงกว่าราคาขายแผ่น RSS3 ณ ตลาด SICOM ใน 3Q64 ที่มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 185.5 cent/kg. อยู่มาก

ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของยางแผ่นรมควันปรับเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับ 3Q63 และ 2Q64



ถุงมือยาง

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.9 ของรายได้จากการขาย ขยายตัวร้อยละ 33.6 YoY แต่ลดลงร้อยละ 16.8 QoQ

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้ YoY โดยหลักเป็นผลมาจากราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นที่ร้อยละ 34.1 ขณะที่ปริมาณการขายค่อนข้างคงที่ปรับลดลงเพียงร้อยละ 0.4

สำหรับรายได้ QoQ ปรับลดลงโดยหลักมาจากการอ่อนตัวของราคาขายเฉลี่ยที่ร้อยละ 32.4 ตามราคาถุงมือยางในตลาดโลกที่อ่อนตัวลงจากปริมาณอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ดี จากการกลับมาเดินเครื่องจักรอย่างเต็มที่ของโรงงานที่ จ.ตรัง และ จ.สุราษฎร์ธานี ภายหลังจากการหยุดการผลิตชั่วคราวในช่วง 2Q64 จากสถานการณ์ COVID-19 หนุนให้ปริมาณการขายปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.2

แม้ว่าราคาน้ำยางธรรมชาติและน้ำยางไนไตรล์ปรับลดลงจากไตรมาสก่อนหน้า แต่ยังคงสูงกว่าช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเมื่อพิจารณาประกอบกับราคาขายเฉลี่ยแล้ว ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของถุงมือยางปรับก่อนตัวลงเมื่อเทียบกับ 3Q63 และ 2Q64



น้ำยางข้น

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยางข้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.1 ของรายได้จากการขาย ลดลง 7.3 YoY แต่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 72.0 QoQ

การปรับลดลงของรายได้ YoY เป็นผลมาจากปริมาณการขายที่อ่อนตัวลงร้อยละ 20.9 เนื่องจากปริมาณการขายน้ำยางให้กับ STGT เพิ่มขึ้น (ซึ่งถือเป็นรายการระหว่างกันจึงไม่ถูกแสดงในงบการเงินรวมของบริษัท) ส่วนทางกับราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.1 ขณะที่รายได้ QoQ ปรับเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยหลักมาจากปริมาณการขายที่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 108.5 ฟื้นตัวจากฤดูกาลปิดกรีตที่บริษัท ต้องสำรองปริมาณน้ำยางข้นไว้ใช้ภายในกลุ่ม อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ราคาขายเฉลี่ยอ่อนตัวลงร้อยละ 17.5 เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่บริโภคน้ำยางข้นไม่สามารถดำเนินการผลิตได้อย่างเต็มที่ อาทิ การที่โรงงานถุงมือยางที่ประเทศมาเลเซียถูกจำกัดคนงานให้เข้ามาทำงานได้เพียงร้อยละ 60 นับตั้งแต่เดือนมิถุนายนเป็นต้นมา หากสัดส่วนของพนักงานที่ฉีดวัคซีนครบ 2 เข็ม ไม่ถึงร้อยละ 90 ของพนักงานทั้งหมด ตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นของน้ำยางข้นอ่อนตัวลงจาก 2Q64 แต่อยู่ในระดับเดียวกันกับ 3Q63



ภาพรวมอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ

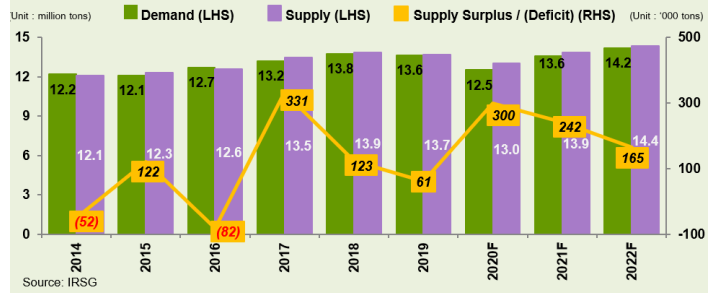
ไนโตรมาส 3/2564 ราคาขายธรรมชาติ (NR) TSR20 ณ ตลาด SICOM เคลื่อนไหวเฉลี่ยอยู่ที่ 166.0 cent/kg. ปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้าที่ร้อยละ 0.4 QoQ แต่ปรับเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 29.6 YoY โดยแนวโน้มของราคา NR ที่เคลื่อนไหวอยู่ในระดับสูงต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนหน้า สะท้อนให้เห็นถึงการฟื้นตัวของ การบริโภคที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะการบริโภคจากผู้ผลิตยางล้อทั่วโลกมีการฟื้นตัว อย่างชัดเจน จากความต้องการบริโภคยางล้อที่เพิ่มขึ้นจากทั้งตลาดทดแทน (Replacement Market) ในลักษณะของการเปลี่ยนยางเส้นใหม่ตามรอบระยะเวลาใช้งาน รวมถึงการบริโภคยางล้อที่เพิ่มขึ้นจากรถยนต์ใหม่ๆ ที่ออกสู่ตลาด ซึ่งหนึ่งในตัวกระตุ้นคือรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ที่มีความต้องการในการบริโภคสูงขึ้นอย่างน่าจับตาในหลายประเทศ โดยจากรายงานของ IRSG* พบว่าความต้องการในการบริโภค NR จากประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศยุโรป และไทย ปรับเพิ่มขึ้นอย่างโดดเด่น เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ ความต้องการในการบริโภค NR จากกลุ่มที่ไม่ใช่ยางล้อ (Non-Tire) โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากผู้ผลิตถุงมือยาง ก็ยังคงอยู่ในระดับสูงอย่างเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ราคา NR แม้จะอยู่ในระดับสูง แต่การขยับขึ้นของราคายังคงไม่มากเมื่อเทียบกับสินค้าโภคภัณฑ์ประเภทอื่นๆ (Laggard)

สำหรับอุปทานของ NR ใน 3Q64 เมื่อต้นไตรมาสจะเป็นช่วงฤดูปิดกรีตของ NR ในไทย (ประเทศผู้ผลิต NR อันดับหนึ่ง ด้วยสัดส่วนร้อยละ 34 ของปริมาณการผลิต NR ในปี 2564) ทำให้ประเทศไทยมีผลผลิต NR เข้ามาอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีปริมาณฝนที่สูงในบางพื้นที่ ขณะที่ผลผลิตจากประเทศอินโดนีเซีย (ประเทศผู้ผลิต NR อันดับสอง ด้วยสัดส่วนร้อยละ 22 ของปริมาณการผลิต NR ในปี 2564) มีปริมาณต่ำกว่าที่คาดการณ์ โดยในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวของอินโดนีเซียปกติจะอยู่ในช่วงเดือนมีนาคม – เดือนกรกฎาคมของทุกปี แต่ในปี 2564 นี้ ฤดูกาลเก็บเกี่ยวของอินโดนีเซียมีระยะเวลาสั้นกว่าปกติ ลดลงจาก 5 เดือน เหลือเพียงแค่ 3 เดือนเท่านั้น ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตในช่วง 6M64 ปรับลดลงถึงร้อยละ 8.1 เมื่อเทียบกับช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของ COVID ใน 6M62 ซึ่งผลผลิตที่ลดลงสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาจากการแพร่ระบาดของโรคใบร่วงในต้นยางที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2561 อันเป็นช่วงที่ราคา NR อยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้ต้นยางส่วนมากขาดการบำรุงรักษา ทำให้โรคใบร่วงเป็นโรคที่เรื้อรังต่อเนื่อง สร้างความเสียหายต่อผลผลิตยางธรรมชาติของอินโดนีเซียในระยะยาว อีกทั้ง ในช่วงเดือนกันยายน - เดือนธันวาคมของทุกปี เป็นช่วงฤดูปิดกรีตของ NR ในอินโดนีเซีย ทำให้ปริมาณ NR ของโลก มีอาจมีแนวโน้มลดลงได้ในช่วง 4Q64 หากปริมาณผลผลิตจากประเทศไทยไม่สามารถชดเชยได้อย่างเพียงพอ

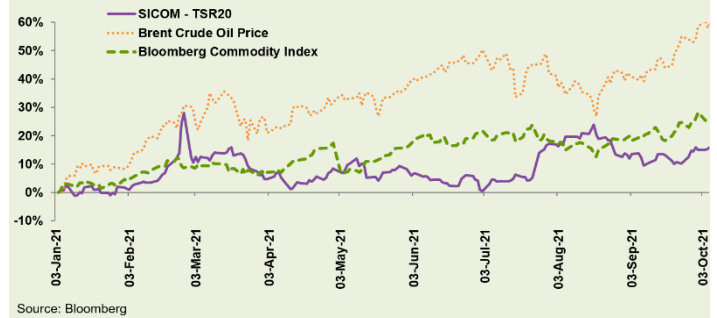
สำหรับทิศทางของราคา NR ใน 4Q64 นอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวไปข้างต้น บริษัทฯ มองว่าปัจจัยที่ต้องติดตามเพิ่มเติมคือสภาพอากาศ แม้ว่าต้นยางโดยธรรมชาตินั้นจะให้ผลผลิตได้ดีเมื่อได้รับน้ำ แต่หากมีฝนตกในปริมาณมากหรือฝนตกติดกันจนเกินไป อาจทำให้เป็นอุปสรรคต่อการกรีดยางได้เช่นกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสต็อกยางในประเทศจีน โดยจากข้อมูลปริมาณสต็อกยางตลาดล่วงหน้าเซี่ยงไฮ้ (Shanghai Futures Exchange: SHFE) ณ สิ้นเดือนกันยายน 2564 พบว่าปรับเพิ่มขึ้นอยู่ที่ราว 239,000 ตัน จาก ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2564 ที่ราว 184,000 ตัน แต่ปรับลดลงจาก ณ สิ้นเดือนกันยายน 2563 ที่ราว 247,000 ตัน

*แหล่งที่มา: Monthly Bulletin Report, October 2021

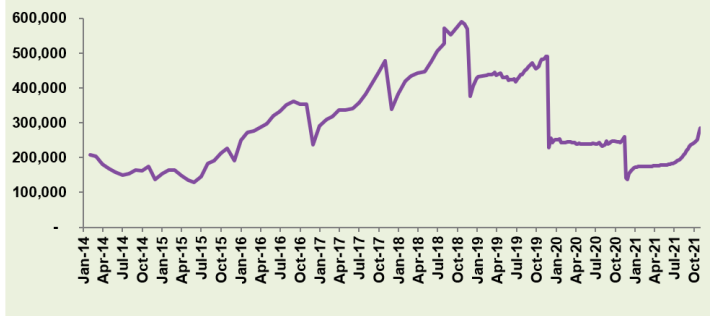
ปริมาณความต้องการและการผลิต NR ของโลก



การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าโภคภัณฑ์



ปริมาณสต็อกยางธรรมชาติ ณ ตลาดล่วงหน้าเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน (ตัน)



ความคืบหน้าในการขยายธุรกิจตลอดทั้ง Supply

ธุรกิจต้นน้ำ – พื้นที่ประมาณ 45,000 ไร่ สำหรับทำธุรกิจสวนยางและพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัท มีพื้นที่สำหรับธุรกิจสวนยางพาราและพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ ประมาณ 45,000 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ 19 จังหวัดในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยในปี 2564 บริษัทฯ ประมาณการว่ามีต้นยางที่สามารถกรีตได้ราวร้อยละ 49 ของต้นยางที่ปลูกแล้วทั้งหมด จากร้อยละ 25 ในปีก่อน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทศรีตรังได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล FSC™ (Forest Stewardship Council™) ทั้งประเภท มาตรฐานการจัดการสวนป่าอย่างยั่งยืน (Forest Management Certification) และมาตรฐานการจัดการห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์ (Chain-of-Custody Certification) นับได้ว่าเป็น **ผู้ผลิตยางธรรมชาติแบบครบวงจรรายแรกของโลกที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน FSC ครบทั้งห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์**

สำหรับธุรกิจกัญชง บริษัท ศรีตรัง รับเบอร์แอนด์แพลนเทชัน จำกัด (“SRP”) ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้รับใบอนุญาตในการปลูกกัญชงเป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อกลางเดือนต.ค. ที่ผ่านมา เพื่อที่จะขยายเมล็ด ไม้และรากกัญชงทั้งหมดที่ได้จากการปลูกให้แก่ลูกค้าที่บริษัทฯ ได้ตกลงทำสัญญาความร่วมมือทางธุรกิจกันไว้



ธุรกิจกลางน้ำ – รักษาอัตราการทำกำไร และเดินหน้าสู่เป้าหมาย “ศรีตรัง 20”

ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตทางวิศวกรรม 2.81 ล้านตันต่อปี จากโรงงานผลิตยางธรรมชาติทั้งสิ้นจำนวน 34 แห่ง แบ่งออกเป็น 30 แห่งในประเทศไทย 3 แห่งในประเทศอินโดนีเซีย และอีก 1 แห่งในประเทศเมียนมา ซึ่งในปี 2564 บริษัทฯ ได้มีแผนการขยายกำลังการผลิตยางแท่ง (TSR) โดยเป็นการติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มเติมบนพื้นที่ของ 4 โรงงานเดิม ในจ.บึงกาฬ พิจิตร โลก สกลนคร และตรัง และอีก 4 โรงงานเดิมในจ.บึงกาฬ พิจิตร โลก สกลนคร และตรัง โดยใช้งบประมาณประมาณ 1,655 ล้านบาท คาดว่าจะมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอีก 289,000 ตัน และขยายกำลังการผลิตน้ำยางข้น (LTX) โดยตั้งโรงงานแห่งใหม่ที่จ.บึงกาฬ และนครราชสีมา รวมถึงติดตั้งเครื่องจักรเพิ่มเติมที่โรงงานจ.สุราษฎร์ธานี ใช้งบลงทุนประมาณ 900 ล้านบาท คาดว่าจะมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอีก 184,000 ตัน **ทำให้กำลังการผลิตทางวิศวกรรมจะอยู่ที่ 3.29 ล้านตันต่อปี ในปี 2565 และในปี 2566 จะอยู่ที่ 3.38 ล้านตัน**

ทั้งนี้ บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะนำเทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติเข้ามาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดการใช้พลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง บริษัทฯ ได้นำแอปพลิเคชัน “SRI TRANG FRIENDS” มาใช้ในการรับซื้อขายธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบขั้นต้นในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการบริหารงาน



ธุรกิจปลายน้ำ – ตั้งเป้ากำลังการผลิตถุงมือยางที่ 50,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2565 และ 80,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2567

บริษัท ศรีตรังโกลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“STGT”) เป็นหนึ่งในบริษัทหลัก (Flagship Company) ของกลุ่ม STA ด้วยสัดส่วนการถือหุ้นใน STGT ทั้งหมดตรงและทางอ้อมรวมร้อยละ 56.1 โดย STGT ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงมือยางธรรมชาติและถุงมือยางไนไตรล์ที่ใช้ในทางการแพทย์และทางอุตสาหกรรม ให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 170 ประเทศทั่วโลก มีสำนักงานทั้งในประเทศไทย จีน และสหรัฐอเมริกา ด้วยกำลังการผลิตติดตั้งของถุงมือยางทั้งสิ้นราว 37,300 ล้านชิ้นต่อปี ณ วันที่ 30 กันยายน 2564 ซึ่งนับได้ว่า STGT เป็นผู้ผลิตถุงมือยางรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และจัดเป็นผู้ผลิตถุงมือยางในอันดับต้นๆ ของโลก โดยในปี 2563 STGT มีส่วนแบ่งทางการตลาดแล้วกว่าร้อยละ 8 ของความต้องการบริโภคถุงมือยางทั่วโลก

STGT มุ่งสู่การเป็นผู้ผลิตถุงมือยางที่ใช้ในทางการแพทย์และอุตสาหกรรมรายใหญ่ที่มีกำลังการผลิต 50,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2565 และ 80,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2567 โดยรายละเอียดของโครงการที่จะขยายกำลังการผลิตในปี 2564 ได้แก่

โครงการ	เริ่มดำเนินการผลิตเชิงพาณิชย์	กำลังการผลิตรวม (ล้านชิ้น/ปี)
I. จ.สุราษฎร์ธานี (SR2)	2Q64	2,177
II. จ.สุราษฎร์ธานี (SR3)	3Q64	3,992
III. อ.เสเดา จ.สงขลา (Sadao)	3Q64	2,903
IV. จ.ตรัง (TG3)	4Q64	7,258

ทำให้ ณ สิ้นปี 2564 STGT จะมีกำลังการผลิตติดตั้งรวมอยู่ที่ประมาณ 40,000 ล้านชิ้น

แผนกนักลงทุนสัมพันธ์
โทร. +662 207 4500 ต่อ 1402
Email. IR@sritranggroup.com

