

ที่ 011/2565

วันที่ 10 สิงหาคม 2565

เรื่อง นำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีงบประมาณเดือนและงวดหกเดือน
สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 ของบริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีงบประมาณเดือนและงวดหกเดือน
สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 จำนวน 1 ฉบับ

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน) ขอนำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีงบประมาณเดือน
และงวดหกเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565 มายังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางอรอนงค์ วิชชุชาญ)

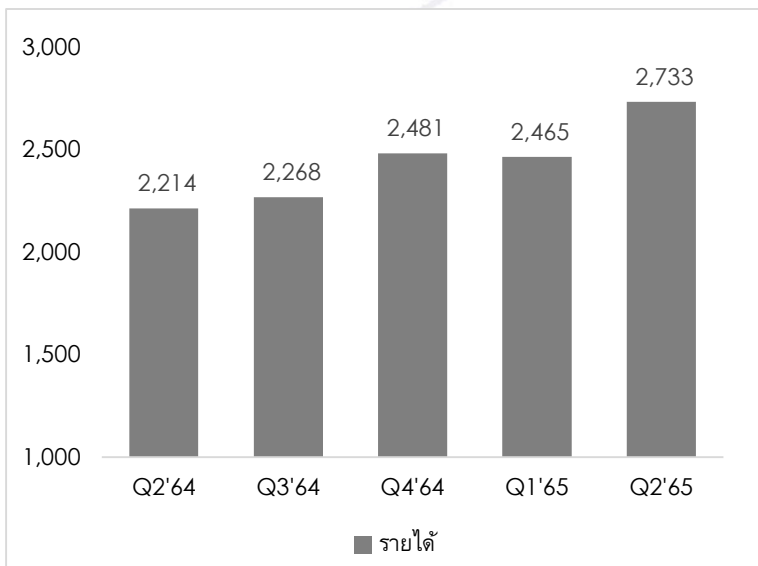
Group Chief Financial Officer



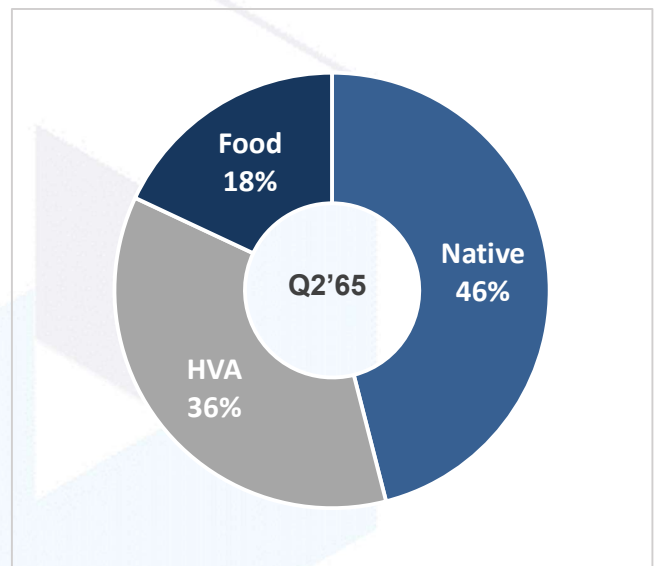
บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับไตรมาส 2/2565 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2565

รายได้รายไตรมาส



ยอดขายแยกตามธุรกิจ



สรุปรายได้ในไตรมาสที่ 2 และครึ่งปีแรกของปี 2565

ยอดขายไตรมาส 2 ปี 2565 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง (Native) จำนวน 1,264 ล้านบาท หรือร้อยละ 46 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 980 ล้านบาท หรือร้อยละ

36 และรายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 488 ล้านบาท หรือร้อยละ 18 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 2,733 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 519 ล้านบาท หรือร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

บริษัทฯและบริษัทย่อยมี2อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 2 ร้อยละ 18 ลดลงร้อยละ 2 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักเนื่องจาก อัตรา



การเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของราคาขายตามราคาตลาดของธุรกิจแป้ง ในขณะที่สินค้ากลุ่มอาหาร บริษัทฯ ได้ปรับราคาขายเพิ่มขึ้นตั้งแต่ในไตรมาสที่แล้ว ประกอบกับการบริหารจัดการเพิ่มประสิทธิผลในการผลิตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจอาหารยังคงรักษาค่ากำไรขั้นต้นของธุรกิจอาหารได้เท่ากับปีก่อน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 2 ลดลงจากอัตรากำไรสุทธิงวดเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 2 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบของธุรกิจแป้ง และการเพิ่มขึ้นของอัตราค่าขนส่งและค่าระวางเรือ ซึ่งเป็นผลกระทบจากการปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลก

สำหรับยอดขายครึ่งปีแรกของปี 2565 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้ง

มันสำปะหลัง (Native) จำนวน 2,585 ล้านบาท หรือร้อยละ 50 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 1,645 ล้านบาท หรือร้อยละ 32 และรายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 968 ล้านบาท หรือร้อยละ 19 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 5,198 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 847 ล้านบาท หรือร้อยละ 19 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับครึ่งปีแรกของปี 2565 ร้อยละ 20% ลดลงร้อยละ 1 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 4 ลดลงร้อยละ 1 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ และค่าขนส่งเช่นเดียวกัน



บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานแยกตามหน่วยธุรกิจดังต่อไปนี้

	2Q'65	2Q'64	2Q'65 VS 2Q'64	1H'65	1H'64	1H'65 VS 1H'64
รายได้จากการขาย	2,733	2,214	23%	5,198	4,351	19%
ต้นทุนขาย	2,244	1,770	27%	4,135	3,423	21%
กำไรขั้นต้น	489	444	10%	1,063	928	15%
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	418	330	27%	781	649	20%
รายได้อื่นๆ*	7	18	-64%	25	53	-53%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และต้นทุน ทางการเงิน	78	132	-41%	307	332	-8%
ต้นทุนทางการเงิน	17	17	-1%	35	35	1%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	61	114	-47%	271	297	-9%
ภาษีเงินได้	17	25	-33%	49	59	-17%
กำไรสุทธิสำหรับงวด	44	89	-51%	222	238	-6%
กำไรสุทธิสำหรับงวดส่วนผู้ถือ หุ้นส่วนน้อย	-2	14	-14%	9	35	-28%
กำไรสุทธิสำหรับส่วนบริษัท	46	75	-39%	213	203	5%
กำไรต่อหุ้น	0.05	0.09	-39%	0.24	0.23	5%
FX: USD/THB	34.4	31.4	10%	33.7	30.8	9%
อัตรากำไรขั้นต้น	18%	20%	-2%	20%	21%	-1%
%ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร/ยอดขาย	15%	15%	0%	15%	15%	0%
อัตรากำไรสุทธิ	2%	4%	-2%	4%	5%	-1%

*รวมกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทกับกำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์

รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังและแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA)

ในช่วงไตรมาส 2 ปี 2565 ยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 1,264 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 27 จากปีก่อน และยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวนเท่ากับ 980 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

สำหรับในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 ยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 2,585 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31 จากปีก่อน และยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวนเท่ากับ 1,645 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

เลขที่ 21/11, 21/13 อาคารไทยวา 1 ชั้น 6 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กทม. 10120

เบอร์โทรศัพท์: 66 (0) 2285-0040, 66 (0) 2285-0031, 66 (0) 2285-0315-20 เบอร์โทรสาร: 66 (0) 2285-0268, 66 (0) 2285-0270-71

เว็บไซต์: www.thaiwah.com



ยอดขายกลุ่มมันสำปะหลังที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากประเทศที่นำเข้าหลัก และราคาขายของแป้งมันสำปะหลังและการอ่อนตัวลงของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจส่งออก

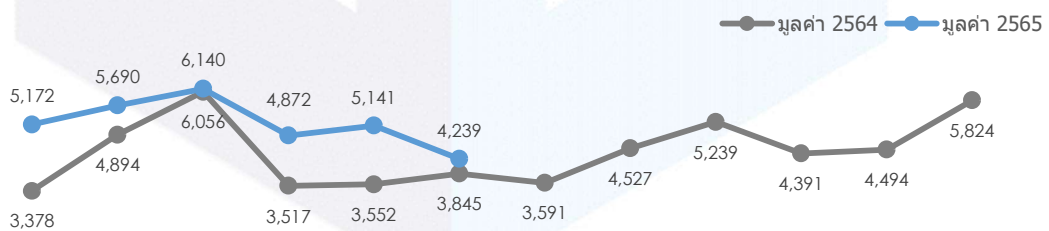
ถึงแม้ว่าปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทยในครึ่งปีแรกของ 2565 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 แต่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ที่มา : กรมศุลกากร).

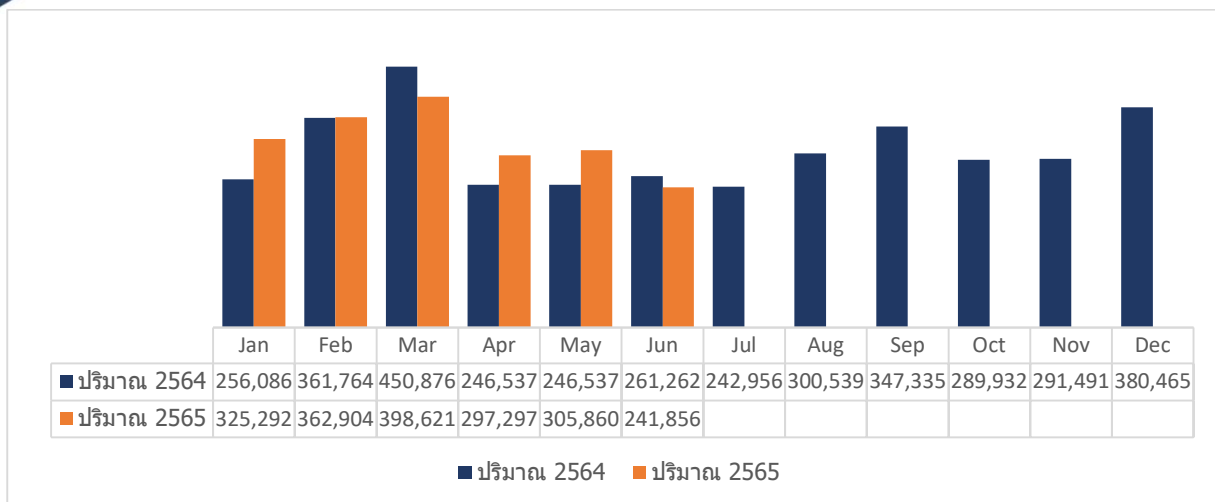
การเพิ่มขึ้นของยอดขายของธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่มร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับปีก่อน

โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นจากยอดขายผลิตภัณฑ์กลูโคส

เนื่องจากประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าหลักซึ่งมีการ lock down เป็นระยะในบางเมืองที่มีการระบาดหนักในช่วงเมษายน-พฤษภาคม 2565 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากการชะลอคำสั่งซื้อบ้าง แต่หลังจากคลายมาตรการ lock down ในเดือนมิถุนายน ความต้องการแป้งมันสำปะหลังได้กลับมาปกติ สำหรับภาพรวมแนวโน้มการส่งออกปี 2565 ของบริษัทฯ คาดว่าจะสามารถขยายตัวและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จากความต้องการที่มีคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง และการขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มใหม่ๆ

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทย





รายได้จากธุรกิจอาหาร

บริษัทฯ ยังคงรักษาความเป็นหนึ่งในผู้นำตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นและผลิตภัณฑ์ ก๋วยเตี๋ยวในประเทศไทยสามารถเติบโตอย่าง แข็งแกร่งในทุกช่องทางการขายที่สำคัญ ผลการ ดำเนินงานของธุรกิจอาหารของบริษัทฯ ยังสามารถ เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 2 ปี 2565 ยอดขายรวมจากธุรกิจอาหารมีจำนวนเท่ากับ 488 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วง เดียวกันของปีก่อน

โดยมีสัดส่วนยอดขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 84 ในขณะที่ยอดขายจากการส่งออกไปขายใน ต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 16 ของยอดขายจาก ธุรกิจอาหารทั้งหมด ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ ได้ปรับ ราคาขายเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าหลักบางรายการ เพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบและค่า พลังงาน

ยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มขึ้นในช่องทางหลัก โดยเฉพาะการขายส่ง (Wholesale) หน่วยรถเงิน สด และการขายอุตสาหกรรม (Industrial Catering) รวมถึงการเติบโตของปริมาณการขาย ในประเทศเวียดนามที่เติบโตถึงร้อยละ 56 ซึ่งเป็น ผลมาจากการขยายการจัดจำหน่าย การเพิ่มความ หลากหลายของประเภทสินค้า การพัฒนาสินค้า รูปแบบใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ สุขอนามัย และมีความ สะดวกสบาย ปัจจัยสำคัญเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักใน การผลักดันการเติบโตของยอดขายของกลุ่มธุรกิจ อาหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อส่งมอบอาหารที่ดี ต่อสุขภาพให้แก่ผู้บริโภค

สำหรับในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 ยอดขายรวม จากธุรกิจอาหารมีจำนวนเท่ากับ 968 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกัน ของปีก่อน โดยมีสัดส่วนยอดขายในประเทศคิด



เป็นร้อยละ 85 ในขณะที่ยอดขายจากการส่งออก ไปขายในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 15 ของ ยอดขายจากรูกรักอาหารทั้งหมด

นอกจากนี้ยอดขายของบริษัทฯ ในปี 2565 คาดว่า จะสามารถรักษาอัตราการเติบโตต่อเนื่อง จาก ความต้องการของผลิตภัณฑ์หลักที่เพิ่มขึ้น การ เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง และการ ขยายฐานลูกค้าใหม่

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในช่วงไตรมาสที่ 2 ปี 2565 มีจำนวน เท่ากับ 489 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น ร้อยละ 18 ซึ่งลดลงช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อย ละ 2

กำไรขั้นต้นในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 มีจำนวน เท่ากับ 1,063 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไร ขั้นต้นร้อยละ 20 ซึ่งลดลงช่วงเวลาเดียวกันของปี ก่อนร้อยละ 1

สาเหตุหลักมาจากการลดลงของกำไรขั้นต้นของ ธุรกิจแป้ง โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 2 ปี 2565 ร้อยละ 15 ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3 และ

อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับครึ่งปีแรกของปี 2565 ร้อย ละ 18 ลดลงร้อยละ 1 จากปีก่อน สาเหตุหลักจาก การปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนหัวมันสำปะหลัง และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนพลังงาน

ส่วนอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจอาหารที่สูงขึ้นจาก การปรับราคาสินค้าในครึ่งปีแรกไปตามการเพิ่มขึ้น ของต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนพลังงาน และการ บริหารการขายให้มีสัดส่วนการขายตามช่องทาง การจำหน่ายที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง ประกอบ กับการบริหารจัดการลดต้นทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิผล ในการผลิต

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในช่วงไตรมาส 2 ปี 2565 เท่ากับจำนวน 418 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อย ละ 27 และค่าใช้จ่ายสำหรับครึ่งปีแรกปี 25 เท่ากับ 781 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับ ช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น

หลักๆ เกิดจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการ ขนส่งสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณการขายที่ เพิ่มขึ้น อัตราค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันที่ ปรับตัวสูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงาน สำหรับการสร้างธุรกิจใหม่ และค่าใช้จ่ายสำรอง หนี้สูญ



กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท

ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 2 ปี 2565 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้น จำนวนเท่ากับ 46 ล้านบาท ลดลง 29 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ ประกอบกับอัตราค่าขนส่งและค่าระวางการส่งออกที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวไว้แล้ว และการค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้สูญ

เมื่อรวมกับไตรมาสแรก กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นสำหรับครึ่งปีแรกของปี 2565 เท่ากับ 213 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาดียวกันของปีก่อน

บทวิเคราะห์กระแสเงินสด

สำหรับในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานอยู่ที่ จำนวน 157 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 179 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักมาจากการบริหารจัดการลดปริมาณสินค้าคงเหลือ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงความสามารถในการรักษาเงินสดที่แข็งแกร่งเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและโครงการต่างๆ ในอนาคต

ประมาณการปี 2565

บริษัทฯ คาดการณ์ว่าจะยังสามารถรักษาระดับการเติบโตที่ double-digit และมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา แม้ว่าจะประสบกับปัญหาการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนวัตถุดิบ การค่าขนส่งรวมทั้งค่าระวางเรือ ยังคงเป็นความท้าทายที่บริษัทยังคงบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการปรับใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการ

การประมาณการหัวมันสำปะหลังในฤดูกาลผลิต 2564/2565 ล่าสุดเมื่อเดือนพฤษภาคม คาดว่าจะมีปริมาณอยู่ที่ 31.8 ล้านตัน ใกล้เคียงเมื่อเทียบกับฤดูกาลผลิต ปี 2563/64 อย่างไรก็ตาม demand ของมันเส้นซึ่งเพิ่มขึ้นกว่า 50 % ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2565 และปริมาณหัวมันเก็บเกี่ยวปลายฤดูได้ลดลงเนื่องจากเกษตรกรเร่งขุดในช่วงฤดูกาลซึ่งทำให้ราคาของหัวมันเพิ่มขึ้นมากกว่า 3 บาทต่อ



กิโลกรัมที่ซื้อแป้งเปอร์เซนต์ต่ำในช่วงไตรมาส 2 ในส่วนของ Demand มีการชะลอคำสั่งซื้อบ้าง ในช่วง จีนปิดเมืองหลักเนื่องจากสถานการณ์โควิด ในช่วงต้นไตรมาส 2 โดย demand ได้กลับมาสู่ภาวะปกติหลังจากรัฐบาลจีนผ่อนคลายมาตรการโควิดในปลายไตรมาส 2

ประมาณการของธุรกิจอาหาร ยังคงเติบโตจากการขยายช่องทางการขายและการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทจะบริหารต้นทุนโดยการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตโดยการนำ lean program มาปรับใช้ในกระบวนการผลิต

ในส่วนการผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพจากแป้งมันสำปะหลัง บริษัทมีเริ่มมียอดขายได้ในเดือน

พฤษภาคม บริษัทมุ่งมั่นที่จะปรับเปลี่ยนไปสู่ธุรกิจพลาสติกชีวภาพจากแป้งมันสำปะหลังเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

บริษัท ไทยวา เวเนเจอร์ส จำกัด ได้ลงทุนใน start-up ใน Start-ups ในต่างประเทศ จำนวน 2 deals ในไตรมาส 2 และอยู่ระหว่างการเจรจาอีก 1 deal ซึ่ง synergy กับ start-up ที่บริษัทลงทุน จะเชื่อมโยงประโยชน์ให้กับธุรกิจของบริษัทในระยะยาว

เนื่องจากความต้องการแป้งมันสำปะหลังได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทจะเริ่มก่อสร้างโรงงานผลิตแป้งมันสำปะหลัง ที่ประเทศกัมพูชา โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการในการผลิต ได้ในไตรมาส 4 ปี 2566