

ที่ 003/2566

วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง นำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 ของ
บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565 จำนวน 1 ฉบับ

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน) ขอส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปี สิ้นสุดวันที่
31 ธันวาคม 2565 มายังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางอรอนงค์ วิชชุชาญ)

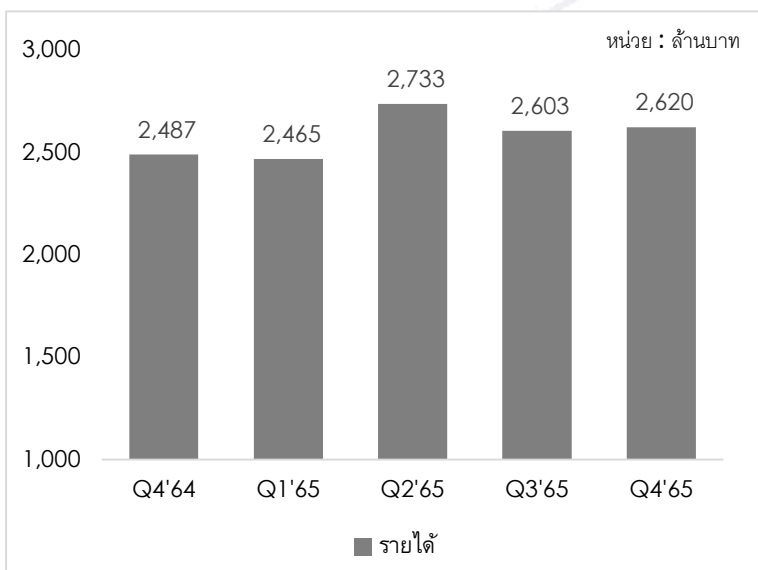
Group Chief Financial Officer



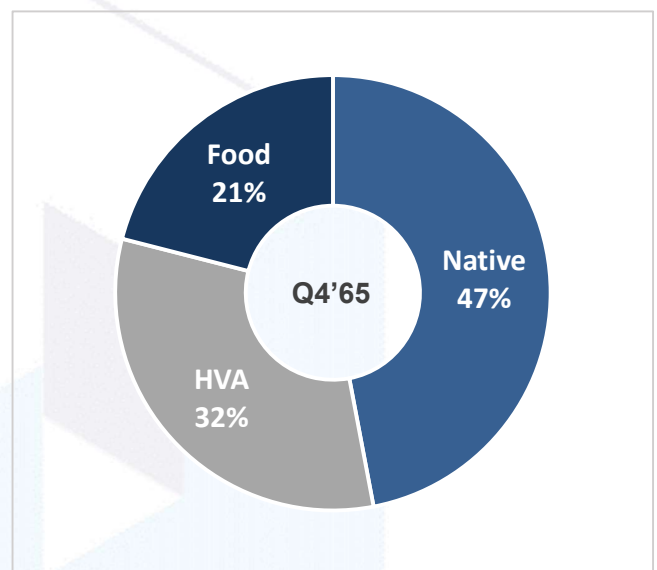
บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับไตรมาส 4/2565 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2565

รายได้รายไตรมาส



ยอดขายแยกตามธุรกิจ



สรุปรายได้ในไตรมาสที่ 4 และของปี 2565

ยอดขายไตรมาส 4 ปี 2565 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง (Native) จำนวน 1,244 ล้านบาท หรือร้อยละ 47 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 842 ล้านบาท หรือร้อยละ 32 และรายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 534 ล้านบาท หรือร้อยละ 21 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 2,620 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 133 ล้านบาท หรือร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

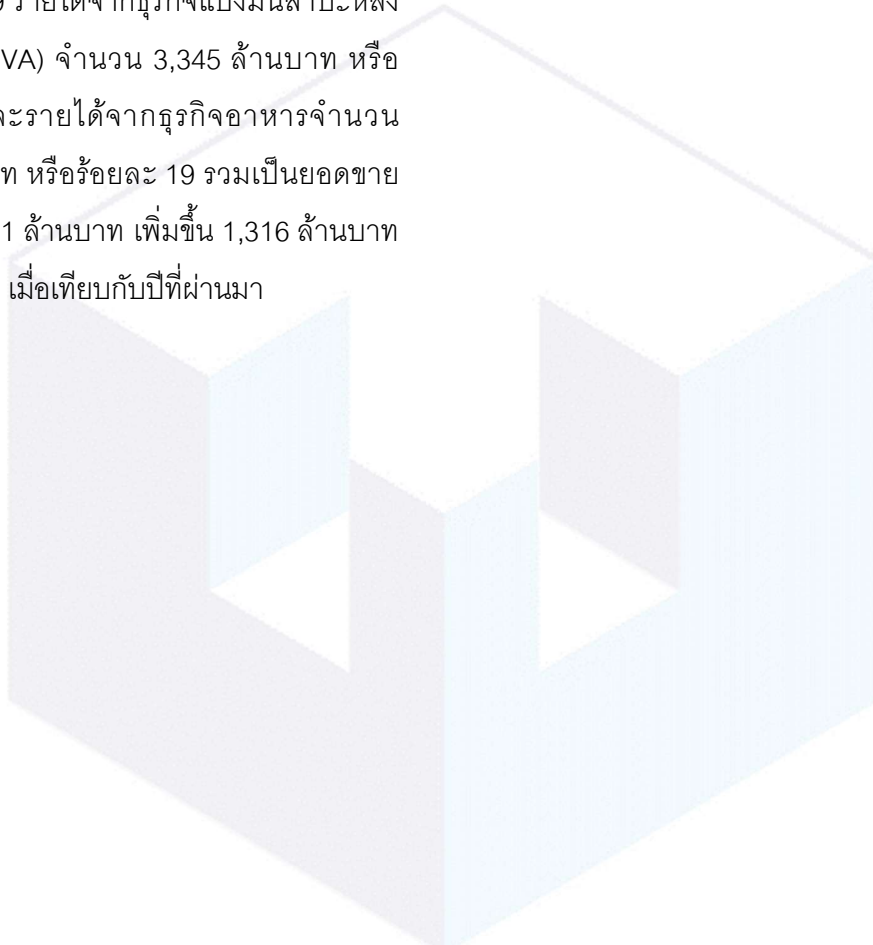
บริษัทฯและบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 4 ร้อยละ 17 ลดลงร้อยละ 1 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากอัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของราคาขายตามราคากลางของธุรกิจแป้ง ในขณะที่สินค้ากลุ่มอาหาร ถึงแม้ว่าบริษัทฯได้ปรับราคาขายเพิ่มขึ้นในระหว่างปีนี้ แต่ราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นมากช่วงปลายปี ทำให้ธุรกิจอาหารมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 4



ร้อยละ 27 ลดลงร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับช่วงไตรมาส 4 ของปีก่อน

สำหรับยอดขายของปี 2565 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง (Native) จำนวน 5,061 ล้านบาท หรือร้อยละ 49 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 3,345 ล้านบาท หรือร้อยละ 32 และรายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 2,015 ล้านบาท หรือร้อยละ 19 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 10,421 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,316 ล้านบาท หรือร้อยละ 14 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2565 ร้อยละ 18% ลดลงร้อยละ 2 จากปีก่อน และอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 3 ลดลงร้อยละ 1 จากปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ และค่าขนส่ง





บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานแยกตามหน่วยธุรกิจดังต่อไปนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	Q4'65	Q4'64	QOQ	FY'65	FY'64	YOY
รายได้จากการขาย	2,620	2,487	5%	10,421	9,105	14%
ต้นทุนขาย	2,173	2,030	7%	8,563	7,309	17%
กำไรขั้นต้น	447	457	-2%	1,858	1,797	3%
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	389	383	1%	1,479	1,390	6%
รายได้อื่นๆ*	(2)	27	-107%	48	89	-47%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และต้นทุนทางการเงิน	56	101	-44%	426	496	-14%
ต้นทุนทางการเงิน	11	16	-31%	60	67	-10%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	45	85	-47%	366	429	-15%
ภาษีเงินได้	7	(3)	381%	66	66	0%
กำไรสุทธิสำหรับงวด	38	88	-57%	300	363	-17%
กำไรสุทธิสำหรับงวดส่วนผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	(0)	7	-103%	2	40	-95%
กำไรสุทธิสำหรับส่วนบริษัท	38	81	-53%	298	323	-8%
กำไรต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	0.04	0.09	-53%	0.34	0.37	-8%
FX: USD/THB	36.3	33.4	9%	35.1	32.0	10%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	17%	18%	-1%	18%	20%	-2%
%ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร/ยอดขาย	15%	15%	-1%	14%	15%	-1%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	1%	4%	-2%	3%	4%	-1%

*รวมกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทกับกำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์

รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังและแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA)

ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2565 ยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 1,244 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8 จากปีก่อน และยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวนเท่ากับ 842 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

สำหรับปี 2565 ยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 5,061 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 จากปีก่อน และยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวนเท่ากับ 3,345 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา



ยอดขายกลุ่มมันสำปะหลังที่เพิ่มขึ้น เป็นผลมาจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากประเทศที่นำเข้าหลัก และการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาขายของแป้งมันสำปะหลัง และการอ่อนตัวลงของค่าเงินบาทเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจส่งออก

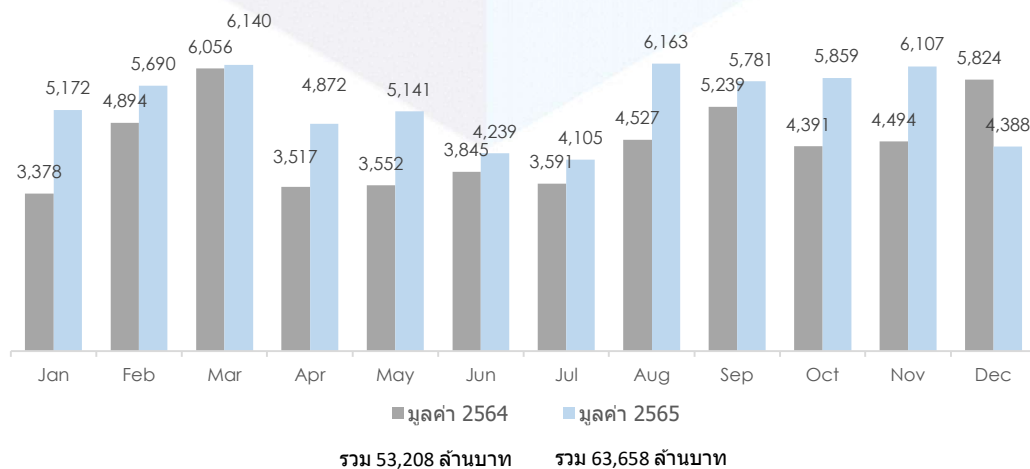
ถึงแม้ว่าปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทยในปี 2565 จะเพิ่มขึ้นร้อยละ 2 แต่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ที่มา : กรมศุลกากร)

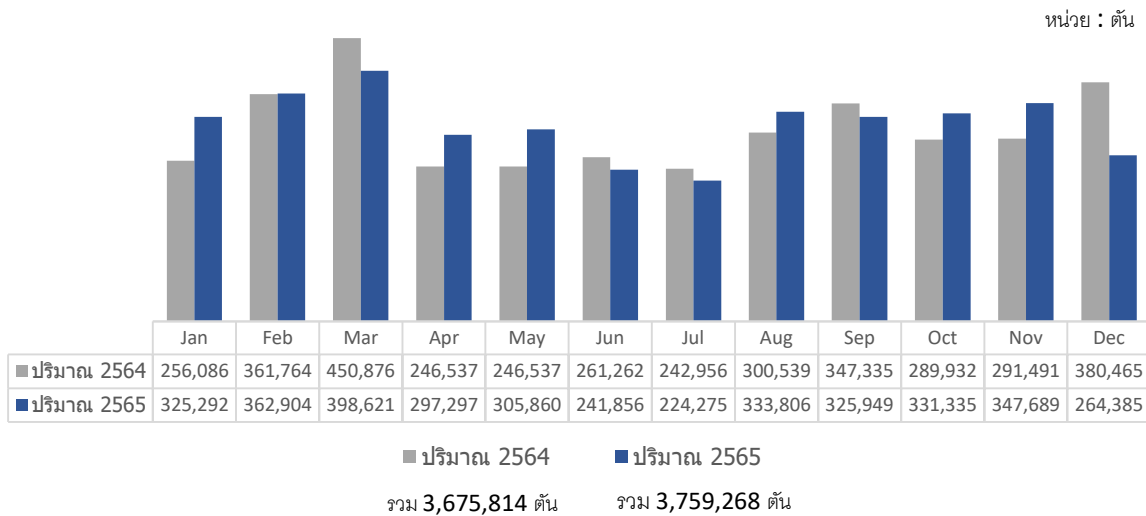
การเพิ่มขึ้นของยอดขายของธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) ร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นจากยอดขายผลิตภัณฑ์กลูโคสและแป้งมันสำปะหลังดัดแปร

เนื่องจากประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศคู่ค้าหลักซึ่งมีการ lock down เป็นระยะในบางเมืองที่มีการระบาดหนักในช่วงเมษายน-พฤษภาคม 2565 บริษัทฯ ได้รับผลกระทบจากการชะลอคำสั่งซื้อบ้าง แต่หลังจากคลายมาตรการ lock down ในเดือนมิถุนายน ความต้องการแป้งมันสำปะหลังได้กลับมาปกติ และช่วงปลายปี หลังจากจีนเปิดประเทศ มีการระบาดของโรคโควิดอีกระลอกทำให้ลูกค้าจากจีนชะลอการสั่งซื้อ สำหรับภาพรวมปริมาณส่งออกปี 2565 ของบริษัทฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากความต้องการที่มีคำสั่งซื้อจากตลาดหลัก และการขยายฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ปริมาณและมูลค่าการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทย

หน่วย : ล้านบาท





ที่มา : กรมศุลกากร

รายได้จากธุรกิจอาหาร

บริษัทฯ ยังคงรักษาความเป็นหนึ่งในผู้นำตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นและผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยวในประเทศไทยสามารถเติบโตอย่างแข็งแกร่งในทุกช่องทางทางการขายที่สำคัญ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารของบริษัทฯ ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 4 ปี 2565 ยอดขายรวมจากธุรกิจอาหารมีจำนวนเท่ากับ 534 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนโดยมีสัดส่วนยอดขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 88 ในขณะที่ยอดขายจากการส่งออกไปขายในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 12 ของยอดขายจากธุรกิจอาหารทั้งหมด

ยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มขึ้นในช่องทางหลัก โดยเฉพาะการขายส่ง (Wholesale) หน่วยวัด

เงินสด ร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และการขายอุตสาหกรรม (Industrial Catering) ซึ่งเป็นผลมาจาก การเพิ่มความหลากหลายของประเภทสินค้า การพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ สุขอนามัย และมีความสะดวกสบาย บัณฑิตสำคัญเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักในการผลักดันการเติบโตของยอดขายของกลุ่มธุรกิจอาหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อส่งมอบอาหารที่ดีต่อสุขภาพให้แก่ผู้บริโภค

สำหรับปี 2565 ยอดขายรวมจากธุรกิจอาหารมีจำนวนเท่ากับ 2,015 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีสัดส่วนยอดขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 86 ในขณะที่ยอดขายจากการส่งออกไปขายในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 14 ของยอดขายจาก



ธุรกิจอาหารทั้งหมด ในช่วงระหว่างปีนี้ บริษัทได้ปรับราคาขายเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าบางรายการเพื่อชดเชยเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบและค่าพลังงาน

นอกจากนี้ยอดขายของบริษัทฯ ในปี 2566 คาดว่า จะสามารถรักษาอัตราการเติบโตต่อเนื่อง

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2565 มีจำนวนเท่ากับ 447 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 17 ซึ่งลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 1

กำไรขั้นต้นของปี 2565 มีจำนวนเท่ากับ 1,858 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 18 ซึ่งลดลงจากปีก่อนร้อยละ 2

สาเหตุหลักมาจากการลดลงของกำไรขั้นต้นของธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง ซึ่งเป็นผลมาจากราคาต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 4 ปี 2565 ร้อยละ 15 ลดลงจาก

จากความต้องการของผลิตภัณฑ์หลักที่เพิ่มขึ้น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง การขยายฐานลูกค้าใหม่ และสถานการณ์โควิด-19 เริ่มคลี่คลาย กิจกรรมทางเศรษฐกิจก็เริ่มกลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง

ช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 1 และอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2565 ร้อยละ 15 ลดลงร้อยละ 2 จากปีก่อน สาเหตุหลักจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนหัวมันสำปะหลัง และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนพลังงาน

ส่วนอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจอาหารอยู่ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 1 แม้ว่าจะมีการปรับราคาสินค้าในระหว่างปีและการบริหารการขายให้มีสัดส่วนการขายตามช่องทางการจำหน่ายที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบและต้นทุนพลังงาน โดยเฉพาะราคาวัตถุดิบที่เพิ่มอย่างมากในไตรมาส 4



ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในช่วงไตรมาส 4 ปี 2565 เท่ากับจำนวน 389* ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 และค่าใช้จ่ายสำหรับปี 2565 เท่ากับ 1,479 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นหลักๆ เกิดจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า 56

* สรุติจากการจัดประเภทค่าใช้จ่ายในปี 2565 โดยโอนค่าใช้จ่ายในการขาย เป็นต้นทุนขาย จำนวน 67 ล้านบาท

ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น อัตราค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานสำหรับการสร้างธุรกิจใหม่ ค่าใช้จ่ายเดินทางเพื่อขยายตลาดและสร้างธุรกิจใหม่ และค่าใช้จ่ายสำรองหนี้สูญ 31 ล้านบาท

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท

ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 4 ปี 2565 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นจำนวนเท่ากับ 38 ล้านบาท ลดลง 43 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนพลังงาน และอัตราค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นดังที่กล่าวไว้แล้ว และการค่าใช้จ่ายการตั้งสำรองหนี้สูญ

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นสำหรับปี 2565 เท่ากับ 298 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับปีก่อน

บทวิเคราะห์กระแสเงินสด

สำหรับในปี 2565 เงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานอยู่ที่ จำนวน 677 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 235 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักมาจากการบริหารจัดการลดปริมาณสินค้าคงเหลือ

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงความสามารถในการรักษาเงินสดที่แข็งแกร่งเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและโครงการต่างๆ ในอนาคต



ประมาณการปี 2566

ในปี 2566 บริษัทฯ คาดการณ์ว่าจะยังสามารถรักษาระดับการเติบโตที่ double-digit และมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา แม้ว่าจะประสบกับปัญหาการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนวัตถุดิบ ค่าพลังงาน และ ค่าขนส่ง ยังคงเป็นความท้าทายที่บริษัทยังคงบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการปรับใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการ และลงทุนในพลังงานทางเลือก โดยตั้งเป้าว่าจะได้พลังงานสีเขียว 50% ภายในปี 2568

จากการประมาณการหัวมันสำปะหลังในฤดูการผลิต 2565/2566 โดย 4 สมาคมมันสำปะหลัง เมื่อเดือนกันยายน 2565 คาดว่าจะมีปริมาณอยู่ที่ 34.9 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 เมื่อเปรียบเทียบกับปีฤดูการผลิต ปี 2564/2565 จากการประมาณการล่าสุดในต้นปี 2566 คาดว่าจำนวนหัวมันสำปะหลังในฤดูการผลิตนี้จะลดลงในระดับ 25-27 ล้านตัน โดยสาเหตุจากน้ำท่วมในเดือนตุลาคมปี 2565 เกษตรกรเร่งขุดมันอ่อนมาขาย และโรคใบด่างที่ยังเจออยู่ในบางพื้นที่ ซึ่งทำให้ราคาของหัวมันเพิ่มขึ้น

มากกว่า 3 บาทต่อกิโลกรัมในช่วงต้นปี 2566 ในส่วนของ Demand ยังมีคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีการชะลอคำสั่งซื้อบ้างเนื่องจากราคาแป้งได้ปรับตัวสูงในระดับมากกว่า 500 USD/Ton ตามราคาหัวมันที่เพิ่มขึ้น หลังจากช่วงตรุษจีนที่ผ่านมา ทั้งนี้บริษัทได้จัดเตรียมกลยุทธ์เพื่อรับมือกับมือกับสถานการณ์ปริมาณหัวมันที่น้อยลงในฤดูกาลนี้ บริษัทคาดว่าจะยังสามารถเติบโตได้ double digit จาก ความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากตลาดหลักและการขยายกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ประมาณการของธุรกิจอาหาร ยังคงเติบโตจากการขยายช่องทางการขายและการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทจะบริหารต้นทุนโดยใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อช่วยลดผลกระทบจากราคาวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น

เนื่องจากความต้องการแป้งมันสำปะหลังได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัทได้เริ่มก่อสร้างโรงงานผลิตแป้งมันปะหลัง ที่ประเทศกัมพูชา โดยคาดว่าจะเริ่มดำเนินการในการผลิต ในช่วงปลายปี 2566