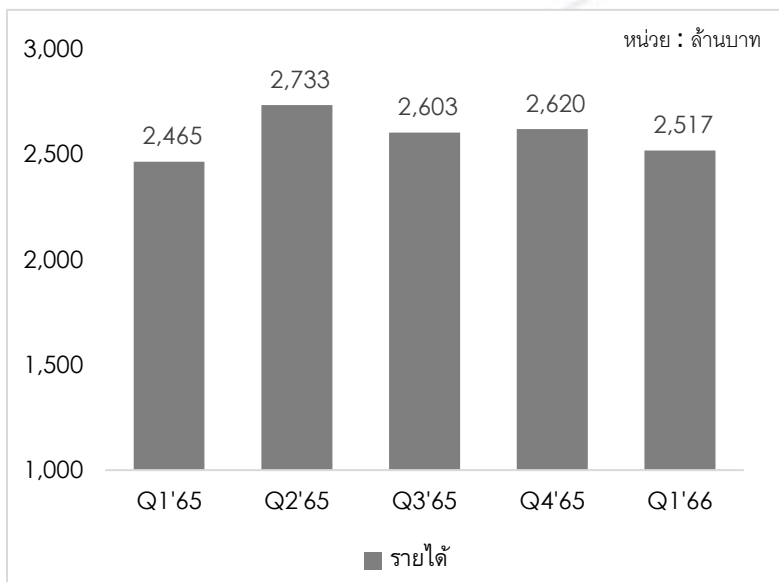




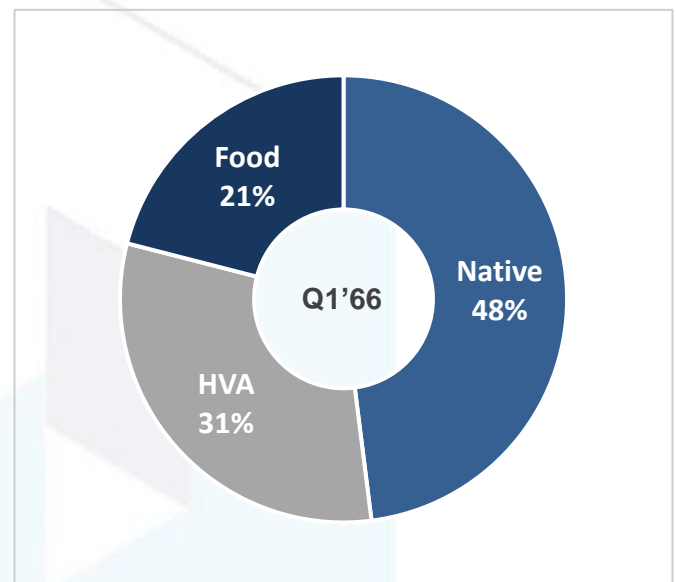
# บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ  
สำหรับไตรมาส 1/2566 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2566

รายได้รายไตรมาส



ยอดขายแยกตามธุรกิจ



## สรุปรายได้ในไตรมาสที่ 1 และของปี 2566

ยอดขายไตรมาส 1 ปี 2566 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง (Native) จำนวน 1,208 ล้านบาท หรือร้อยละ 48 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 781 ล้านบาท หรือร้อยละ 31 และรายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 528 ล้านบาท หรือร้อยละ 21 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 2,517 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 52 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

บริษัทฯและบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 1 ร้อยละ 19 ลดลงร้อยละ 4 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักเนื่องจากอัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของราคาขายตามราคาตลาดของธุรกิจแป้ง ในขณะที่สินค้ากลุ่มอาหาร ถึงแม้ว่าบริษัทฯได้ปรับราคาขายเพิ่มขึ้นในระหว่างปี 2565 แต่ราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้นมากช่วงปลายปี 2565 และยังคงสูงต่อเนื่องมาจนถึงปี 2566 ทำให้



ธุรกิจอาหารมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 1  
ร้อยละ 29 ลดลงร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับช่วง  
ไตรมาส 1 ของปีก่อน

### บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานแยกตามหน่วยธุรกิจดังต่อไปนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	Q1'66	Q1'65	YoY	Q4'65	QoQ
รายได้จากการขาย	2,517	2,465	2%	2,620	-4%
ต้นทุนขาย	2,034	1,891	8%	2,173	-6%
กำไรขั้นต้น	483	574	-16%	447	8%
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	378	363	4%	389	-3%
รายได้อื่นๆ*	22	18	22%	(2)	100%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และต้นทุนทางการเงิน	127	229	-45%	56	125%
ต้นทุนทางการเงิน	17	18	-6%	11	53%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	110	211	-48%	45	143%
ภาษีเงินได้	26	32	-19%	7	249%
กำไรสุทธิสำหรับงวด	84	179	-53%	38	122%
กำไรสุทธิสำหรับงวดส่วนผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	(1)	12	-108%	(0)	-346%
กำไรสุทธิสำหรับส่วนบริษัท	85	167	-49%	38	123%
กำไรต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	0.10	0.19	-49%	0.04	123%
FX: USD/THB	33.9	33.1	3%	36.3	-7%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	19%	23%	-4%	17%	2%
%ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร/ยอดขาย	15%	15%	0%	15%	0%
อัตรากำไรสุทธิ (%)	3%	7%	-4%	1%	2%

\*รวมกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิกับกำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์

### รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังและแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA)

ในช่วงไตรมาส 1 ปี 2566 ยอดขายจากธุรกิจแป้ง  
มันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 1,208 ล้านบาท  
ลดลงร้อยละ 9 จากปีก่อน และยอดขายจากธุรกิจ

แป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวน  
เท่ากับ 781 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับ  
ช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา



ยอดขายกลุ่มมันสำปะหลังที่ลดลง เป็นผลมาจากการขาดตลาดของวัตถุดิบหัวมันสำปะหลังในช่วงต้นปี 66 ซึ่งไม่เพียงทำให้ปริมาณการผลิตและขายสินค้าจากมันสำปะหลังลดลง แต่ยังส่งผลถึงราคาต้นทุนที่สูงขึ้นมาก

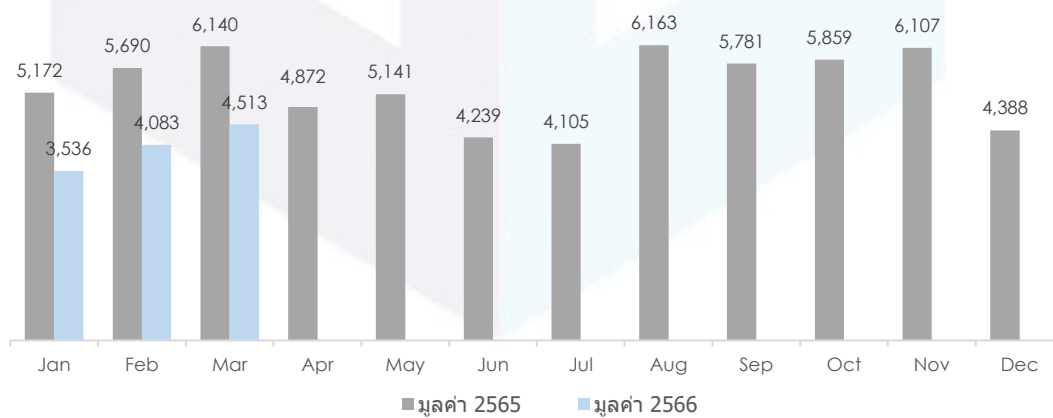
อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังในไตรมาส 1 ปี 2566 ของบริษัทฯ ลดลงเพียงร้อยละ 5 และมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ถือว่าดีกว่ามากเมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทยใน ซึ่งลดลงร้อยละ 31 และมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 29 เมื่อ

เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ที่มา : กรมศุลกากร)

ในสถานการณ์ที่วัตถุดิบขาดแคลน บริษัทก็ยังคงมุ่งเน้นและจัดสัดส่วนการขายไปที่ผลิตภัณฑ์แป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม ทำให้ยอดขายของธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) เพิ่มขึ้นร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มขึ้นจากยอดขายผลิตภัณฑ์กนูโกลและแป้งมันสำปะหลังดัดแปร

### ปริมาณและมูลค่าการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทย

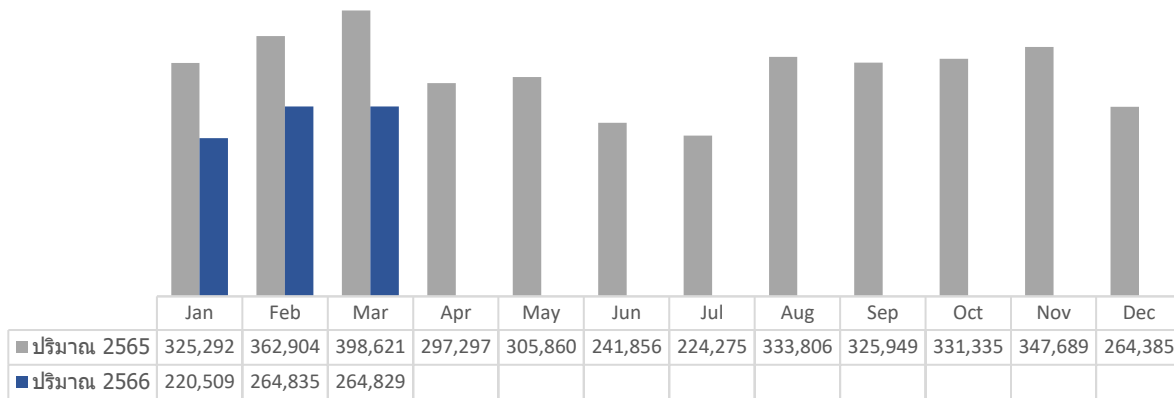
หน่วย : ล้านบาท



Q1'65: 17,002 ล้านบาท Q1'66: 12,131 ล้านบาท



หน่วย : ตัน



■ ปริมาณ 2565 ■ ปริมาณ 2566

Q1'65: 1,086,817 ตัน Q1'66: 750,174 ตัน

ที่มา : กรมศุลกากร

## รายได้จากธุรกิจอาหาร

บริษัทฯ ยังคงรักษาความเป็นหนึ่งในผู้นำตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์วุ้นเส้น และผลิตภัณฑ์ก๋วยเตี๋ยวในประเทศไทยสามารถเติบโตอย่างแข็งแกร่งในทุกช่องทางการขายที่สำคัญ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารของบริษัทฯ ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 1 ปี 2566 ยอดขายรวมจากธุรกิจอาหารมีจำนวนเท่ากับ 528 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนโดยมีสัดส่วนยอดขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 87 ในขณะที่ยอดขายจากการส่งออกไปขายในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 13 ของยอดขายจากธุรกิจอาหารทั้งหมด

ยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มขึ้นในช่องทางหลัก โดยเฉพาะร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern

Trade) การขายส่ง (Wholesale) และหน่วยรถเงินสด ซึ่งเป็นผลมาจาก การเพิ่มความหลากหลายของประเภทสินค้า การพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ สุขอนามัย และมีความสะดวกสบาย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (Ready-to-eat) ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ปัจจัยสำคัญเหล่านี้เป็นปัจจัยหลักในการผลักดันการเติบโตของยอดขายของกลุ่มธุรกิจอาหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์หลักของบริษัทฯ ใน การสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อส่งมอบอาหารที่ดีต่อสุขภาพให้แก่ผู้บริโภค

นอกจากนี้ยอดขายของบริษัทฯ ในปี 2566 คาดว่า จะสามารถรักษาอัตราการเติบโตต่อเนื่อง จากความต้องการของผลิตภัณฑ์หลักที่เพิ่มขึ้น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง การขยายฐานลูกค้าใหม่



## กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2566 มีจำนวนเท่ากับ 488 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 19 ซึ่งลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 4

สาเหตุหลักมาจากการลดลงของกำไรขั้นต้นของทั้งธุรกิจแป้งมันสำปะหลังและธุรกิจอาหาร ซึ่งเป็นผลมาจากราคาต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น โดยธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 1

ปี 2566 ร้อยละ 17 ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 4 สาเหตุหลักจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนหัวมันสำปะหลัง และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนพลังงาน

ส่วนอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจอาหารลดลงจากปีก่อนร้อยละ 4 เป็นผลเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ โดยเฉพาะราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นมากกว่า 20% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

## ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในช่วงไตรมาส 1 ปี 2566 เท่ากับจำนวน 378 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นหลักๆ เกิดจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายใน

การขนส่งสินค้า 10 ล้านบาท เนื่องจากอัตราค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายพนักงานสำหรับการสร้างธุรกิจใหม่ และค่าใช้จ่ายเดินทางเพื่อขยายตลาดและสร้างธุรกิจใหม่

## กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท

ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 ปี 2566 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นจำนวนเท่ากับ 85 ล้านบาท ลดลง 82 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยหลักจาก

การเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนพลังงาน และอัตราค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้นดังที่กล่าวไว้แล้ว



## **บทวิเคราะห์กระแสเงินสด**

สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2566 เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานอยู่ที่ จำนวน 536 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 169 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักมาจากมูลค่าสินค้าคงเหลือที่เป็นสินค้ารอขาย และวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น

### **ประมาณการปี 2566**

ในปี 2566 บริษัทฯ คาดการณ์ว่าจะยังสามารถรักษาระดับการเติบโตที่ high single digit และมีอัตรากำไรขั้นต้นลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนวัตถุดิบ บริษัทฯ ยังคงให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การลดการใช้พลังงาน และการลงทุนในพลังงานทางเลือก โดยจะส่งผลในการลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยในระยะยาว

จากสถานการณ์ น้ำมันสำเร็จรูปในปัจจุบันคาดว่าจะน้ำมันสำเร็จรูปอาจจะขาดแคลนในช่วงนอกฤดูกาล ราคาน้ำมันสำเร็จรูป ณ ปัจจุบันอยู่ในช่วง 3.6-3.8 บาท / กิโลกรัม (เชื้อเพลิง 25%) ในขณะที่ราคาเบี่ยงปรับตัวสูงขึ้นตามราคาพลังงานที่สูงขึ้น อยู่ในช่วง 540-560 USD/Ton. ความต้องการเบี่ยงน้ำมันสำเร็จรูปตรา ROSE ในประเทศจีนยังเพิ่มขึ้นสูง โดยไตรมาส 1 /2566 ปริมาณการขาย ROSE Brand ของสำนักงานขายของบริษัทไทยวาในประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 24 บริษัทฯ ได้เก็บสต็อกในไตรมาส 1 เพื่อจะขายในไตรมาส 2 ที่

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงความสามารถในการรักษาเงินสดที่แข็งแกร่งเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและโครงการต่างๆ ในอนาคต

คาดว่าราคาขายจะปรับตัวสูงขึ้น สำหรับการจัดหาหัวมันสำปะหลัง บริษัทฯ ได้จัดทีมฝ่ายไร่และการจัดหาหัวมันสำปะหลังเพื่อจัดหาหัวมันจากเกษตรกรเครือข่ายและจากหัวมันทางไกลเพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการตามแผนการผลิต

ประมาณการของธุรกิจอาหาร ยังคงเติบโตจากการขยายช่องทางกระจายและการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทฯ จะบริหารต้นทุนโดยใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อช่วยลดผลกระทบจากราคาวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น บริษัทฯ วางแผนจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ 5-8 SKU ในปีนี้ ซึ่งการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ จะเป็นส่วนสำคัญในการเติบโต double digit growth ในปีนี้และระยะยาว

โรงงานผลิตเบี่ยงมันสำเร็จรูป ที่ประเทศกัมพูชา อยู่ระหว่างก่อสร้าง และคาดว่าจะเริ่มดำเนินการในการผลิต ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2566

ซึ่งโรงงานที่กัมพูชาจะเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการสร้างการเติบโตนอกประเทศไทย