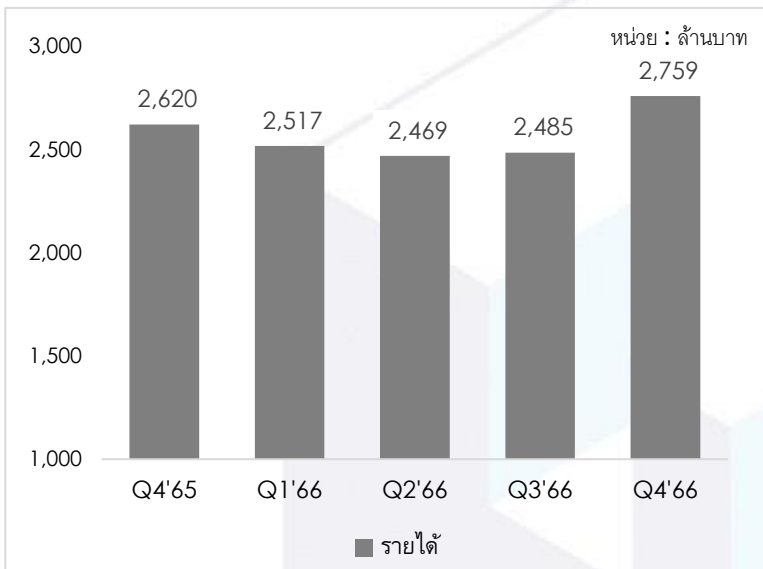




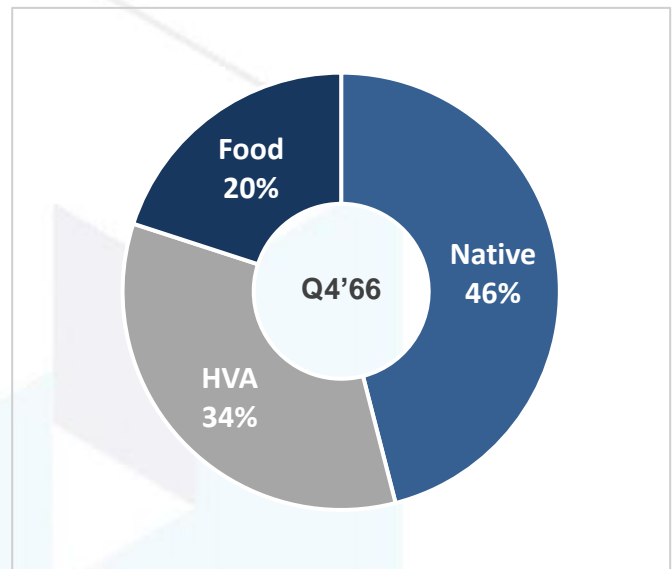
บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับไตรมาส 4/2566 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566

รายได้รายไตรมาส



ยอดขายแยกตามธุรกิจ



สรุปรายได้ในไตรมาสที่ 4 และรายได้ของปี 2566

ยอดขายไตรมาส 4 ปี 2566 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง (Native) จำนวน 1,261 ล้านบาท หรือร้อยละ 46 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 931 ล้านบาท หรือร้อยละ 34 และรายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 567 ล้านบาท หรือร้อยละ 20 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 2,759 ล้านบาท ลดลง 140 ล้านบาท หรือร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 4 ร้อยละ 15 ลดลงร้อยละ 2 จากปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของราคาวัตถุดิบเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าของทั้งธุรกิจแป้ง และธุรกิจอาหาร โดยเฉพาะมันสำปะหลังที่มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดลดลงจากฤดูกาลที่แล้วร้อยละ 7.5 ตามผลการสำรวจของ 4 สมาคมมันสำปะหลังไทย สำหรับยอดของปี 2566 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง



(Native) จำนวน 4,745 ล้านบาท หรือร้อยละ 46 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 3,333 ล้านบาท หรือร้อยละ 33 และรายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 2,153 ล้านบาท หรือร้อยละ 21 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 10,231 ล้านบาท ลดลง 190 ล้านบาท หรือร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับปีก่อน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้น สำหรับปี 2566 ร้อยละ 15 ลดลงร้อยละ 3 จากปีก่อน สาเหตุหลักเนื่องจากอัตราการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบสูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของราคาขาย ตามราคาตลาดของธุรกิจแป้งและการเพิ่มขึ้นของต้นทุนพลังงาน

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานแยกตามหน่วยธุรกิจดังต่อไปนี้

(หน่วย : ล้านบาท)

	Q4'66	Q4'65	Q4'66 VS Q4'65	FY'66	FY'65	FY'66 VS FY'65
รายได้จากการขาย	2,760	2,620	5%	10,231	10,421	-2%
ต้นทุนขาย	2,345	2,173	8%	8,687	8,563	1%
กำไรขั้นต้น	415	447	-7%	1,544	1,858	-17%
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	404	388	4%	1,492	1,479	1%
รายได้อื่นๆ*	13	(3)	533%	65	47	38%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และต้นทุนทางการเงิน	24	56	-57%	117	426	-73%
ต้นทุนทางการเงิน	21	11	91%	78	60	30%
กำไร (ขาดทุน) ก่อนหักภาษีเงินได้	3	45	-93%	39	366	-89%
ภาษีเงินได้	(8)	8	-200%	12	66	-82%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิสำหรับงวด	11	37	-70%	27	300	-91%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิสำหรับงวดส่วนผู้ถือหุ้นส่วนน้อย	2	-	0%	(20)	2	-1,100%
กำไร (ขาดทุน) สุทธิสำหรับส่วนบริษัท	9	37	-76%	47	298	-84%
กำไรต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	0.01	0.04	-76%	0.05	0.34	-84%
FX: USD/THB	35.7	36.3	-2%	34.0	35.1	-3%
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	15%	17%	-2%	15%	18%	-3%
%ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร/ยอดขาย	15%	15%	0%	15%	14%	0%
อัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ (%)	0%	1%	-1%	0%	3%	-3%

*รวมกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิกับกำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์



รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังและแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA)

ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2566 ยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 1,261 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวนเท่ากับ 931 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

สำหรับปี 2566 ยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 4,745 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6 จากปีก่อน และยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวนเท่ากับ 3,333 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

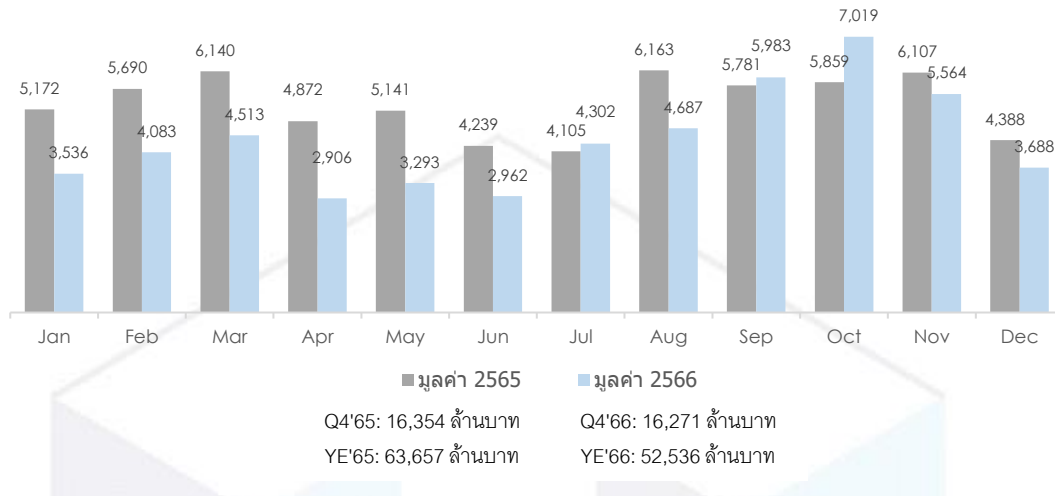
ยอดขายกลุ่มมันสำปะหลังที่ลดลง เป็นผลมาจากการขาดแคลนของวัตถุดิบหัวมันสำปะหลังในปี 2566 ซึ่งไม่เพียงทำให้ปริมาณการผลิตและขายสินค้าจากมันสำปะหลังลดลง แต่ยังส่งผลถึงราคาต้นทุนที่สูงขึ้น

สำหรับปี 2566 ปริมาณการส่งออกของบริษัทลดลงร้อยละ 11 และมูลค่าส่งออกลดลงร้อยละ 3 ถือว่าการลดลงน้อยกว่า เมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทยสำหรับปี 2566 ปริมาณการส่งออกลดลงร้อยละ 24 และมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 17 เมื่อเทียบกับปีก่อน (ที่มา : กรมศุลกากร)

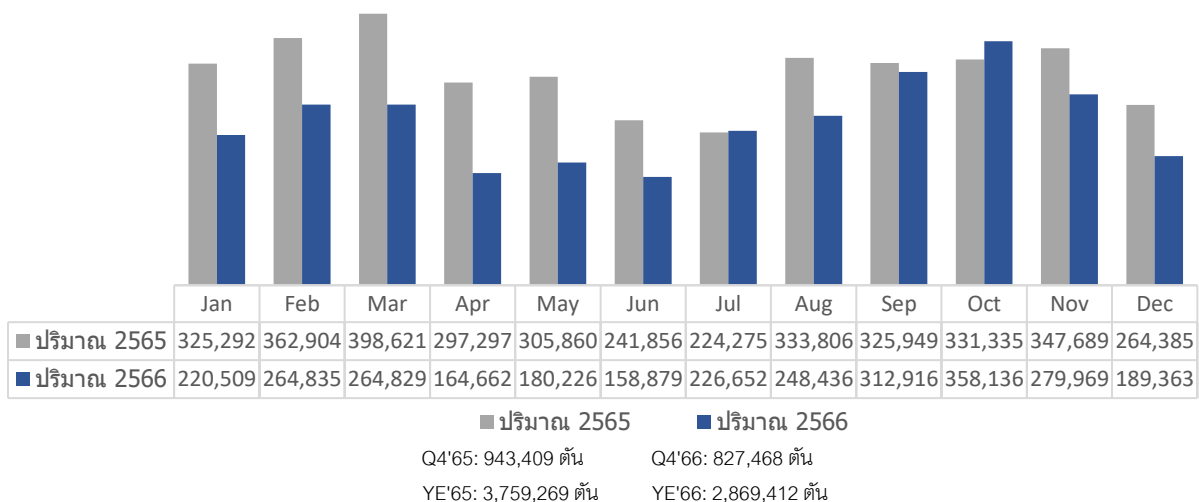


ปริมาณและมูลค่าการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทย

หน่วย : ล้านบาท



หน่วย : ตัน



ที่มา : กรมศุลกากร



รายได้จากธุรกิจอาหาร

บริษัทฯ ยังคงรักษาความเป็นหนึ่งในผู้นำตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์วุ้นเส้น และเส้นก๋วยเตี๋ยว ในประเทศไทยสามารถเติบโตอย่างแข็งแกร่งในทุกช่องทางการขายที่สำคัญ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหารของบริษัทฯ ยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยในไตรมาส 4 ปี 2566 ยอดขายรวมจากธุรกิจอาหารมีจำนวนเท่ากับ 568 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีสัดส่วนยอดขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 85 ในขณะที่ยอดขายจากการส่งออกไปขายในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 15 ของยอดขายจากธุรกิจอาหารทั้งหมด

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2566 มีจำนวนเท่ากับ 415 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 15 ซึ่งลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 2

กำไรขั้นต้นในของปี 2566 มีจำนวนเท่ากับ 1,544 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 15 ซึ่งลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3

ยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มขึ้นในช่องทางหลัก โดยเฉพาะร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) การขายส่ง (Wholesale) หน่วยรถขาย (Van) และการส่งออก ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายการจัดจำหน่าย การเพิ่มความหลากหลายของประเภทสินค้า การพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่

สำหรับปี 2566 ยอดขายรวมจากธุรกิจอาหารมีจำนวนเท่ากับ 2,153 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยมีสัดส่วนยอดขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 86 ในขณะที่ยอดขายจากการส่งออกไปขายในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 14 ของยอดขายจากธุรกิจอาหารทั้งหมด

สาเหตุหลักมาจากการลดลงของกำไรขั้นต้นของทั้งธุรกิจแป้งมันสำปะหลังและธุรกิจอาหาร ซึ่งเป็นผลมาจากราคาต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น โดยธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 4 ปี 2566 ร้อยละ 11 ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3 และอัตรากำไรขั้นต้นสำหรับปี 2566 ร้อยละ 12 ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 4 สาเหตุหลักจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาต้นทุนหัวมันสำปะหลัง และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนพลังงาน



ส่วนอัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจอาหารสำหรับไตรมาส 4 ปี 2566 ร้อยละ 29 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักจากราคาดัชนีวัตถุดิบที่นำเข้ามา มีแนวโน้มลดลง ประกอบกับต้นทุนพลังงานที่ลดลงเนื่องจากการใช้พลังงานทดแทน

สำหรับปี 2566 อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 29 ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 1 เป็นผลเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบ โดยเฉพาะราคาวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้นมากกว่า 13% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในไตรมาส 4 ปี 2566 เท่ากับจำนวน 404 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และค่าใช้จ่ายสำหรับปี 2566 เท่ากับ 1,492 เพิ่มขึ้น

ร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นหลักๆ เป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการขยายธุรกิจ เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ค่าที่ปรึกษาและค่าเดินทาง สู่ธุรกิจกับการลดลงของค่าใช้จ่ายสำรองหนี้สูญ

กำไร(ขาดทุน)สุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท

ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 4 ปี 2566 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยขาดทุนสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นจำนวนเท่ากับ 9 ล้านบาท ลดลง 28 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ปัจจัยหลักจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนวัตถุดิบดังกล่าวไว้แล้ว

ปีก่อน จากต้นทุนพลังงานที่สูงขึ้น และการขาดแคลนหัวมันสำปะหลัง ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น และปริมาณการขายแป้งมันสำปะหลังที่ลดลง

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นสำหรับปี 2566 เท่ากับ 47 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 84 เมื่อเทียบกับ



บทวิเคราะห์กระแสเงินสด

สำหรับปี 2566 เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานอยู่ที่ จำนวน 21 ล้านบาท ใช้เงินเพิ่มขึ้น 656 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักมาจากมูลค่า วัตถุดิบใน stock ที่เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงความสามารถในการรักษาเงินสดที่แข็งแกร่งเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและโครงการต่างๆ ในอนาคต

ประมาณการปี 2567

ในปี 2567 บริษัทฯ ยังคงประสบกับสถานการณ์ขาดแคลนหัวมันสำปะหลัง ประมาณการหัวมันสำปะหลังในฤดูกาล 2566/2567 (ตุลาคม 2566/กันยายน 2567) ผลสำรวจล่าสุดโดย 4 สมาคมหัวมันสำปะหลัง อยู่ที่ปริมาณ 24.66 ล้านตัน หรือลดลงร้อยละ 7 จากฤดูกาลก่อน

เพื่อลดผลกระทบจากการขาดแคลนหัวมันสำปะหลัง บริษัทฯ ติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่อง ประเมินผลกระทบ และจัดหามาตรการเพื่อจัดหาหัวมันให้เพียงพอแก่ความต้องการตามแผนการผลิต เช่น การใช้เทคโนโลยี digital crop scan การเพิ่มเครื่องขยายลานมัน การขยายท่อนพันธุ์มัน และการส่งเสริมการเพาะปลูกแบบ smart farming เพื่อช่วยเพิ่มผลผลิตให้เกษตรกรเครือข่ายชาวไร่ไทยวา ซึ่งมาตรการเหล่านี้จะช่วยลดผลกระทบและความเสี่ยงในการขาดแคลนหัวมันในระยะสั้นและระยะยาว

โรงงานผลิตแป้งมันปะหลังแห่งใหม่ ที่ประเทศกัมพูชา ได้เริ่มดำเนินการผลิต ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2567 ซึ่งโรงงานที่กัมพูชาจะเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการกระจายความเสี่ยงด้านแหล่งวัตถุดิบ และสร้างการเพิ่มผลผลิตเพื่อรองรับความต้องการ ROSE Brand ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในด้านธุรกิจอาหารคาวจะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จากการขยายช่องทางการขายและการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ถึงแม้ว่าบริษัทจะได้รับผลกระทบจากต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้น แต่บริษัทยังสามารถรักษาระดับการทำการกำไรจากการบริหารต้นทุนโดยการใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อช่วยลดผลกระทบจากราคาวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น บริษัทฯ วางแผนจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการเติบโตของธุรกิจอาหารในระยะยาว