

บริษัท พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช จำกัด (มหาชน)

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ

สำหรับผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2569
สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2569

เผยแพร่วันที่ 15 พฤษภาคม 2569



บทสรุปผู้บริหาร และเหตุการณ์สำคัญไตรมาส 1 ปี 2569

บริษัท พรีเมียร์ควอลิตี้สตาร์ช จำกัด (มหาชน) (“บริษัท”) รายงานผลประกอบการไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทมีรายได้รวม 668.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 190.0 ล้านบาท หรือ 39.7% YoY และมีกำไรสุทธิ 19.9 ล้านบาท ผลประกอบการแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นต่อเนื่องจากไตรมาสก่อน บริษัทมีอัตราการทำการกำไรดีขึ้น โดยมีอัตรากำไรขั้นต้น 13.2% และอัตรากำไรสุทธิกลับมาเป็นบวกที่ 3.0% ฐานะการเงินของบริษัทยังคงแข็งแกร่งโดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 มีสินทรัพย์รวม 3,056.6 ล้านบาท มีหนี้สินรวม 1,025.6 ล้านบาท และส่วนของผู้ถือหุ้นรวม 2,030.9 ล้านบาท และมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายงวด 288.0 ล้านบาท

รายได้และอัตรากำไรปรับตัวดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเป็นผลมาจากทั้งปัจจัยบวกทั้งจากภายนอกและภายใน ปัจจัยภายในคือ การผลิตแบ่งตัดแปรรูปของโรงงานมุกดาหาร และปริมาณการผลิตเพิ่มขึ้นจากการกลับมาดำเนินงานของโรงงานกาฬสินธุ์ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2568 ทำให้มีการผลิตได้ตลอดช่วงไตรมาสแรกของปี 2569

ในด้านปัจจัยภายนอก ราคาแป้งมันสำปะหลังมีแนวโน้มฟื้นตัวอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสแรกของปี ซึ่งราคาในประเทศปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ราว 16.2 บาทต่อกิโลกรัมในเดือนมีนาคม จากระดับราว 13.4-14.1 บาทต่อกิโลกรัม ณ สิ้นปี 2568 ส่วนราคาส่งออกเริ่มส่งสัญญาณเชิงบวก โดยราคาปรับเพิ่มจากราว 480 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันในช่วงปลายปี 2568 มาอยู่ในช่วงราว 490-525 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน

อย่างไรก็ดี ระดับราคายังต่ำกว่าจุดสูงสุดในอดีต จากแรงกดดันเชิงโครงสร้างทั้งการพึ่งพาดตลาดจีนที่อุปสงค์ชะลอตัวต่อเนื่อง และการแข่งขันด้านราคาจากประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลให้โมเดลการเติบโตแบบเน้นปริมาณเริ่มมีข้อจำกัด ขณะที่อุปทานยังตั้งตัวจากผลผลิตในประเทศและการนำเข้าที่ลดลง ภายใต้บริบทดังกล่าว บริษัทเร่งปรับกลยุทธ์สินค้ามูลค่าเพิ่ม เช่น Modified Starch พร้อมยกระดับ product positioning ไปสู่ Gluten-Free และ Non-GMO ควบคู่กับการขยายตลาดใหม่ และพัฒนาห่วงโซ่อุปทานผ่านเทคโนโลยี เช่น IoT และ Traceability เพื่อรองรับตลาดพรีเมียมและลดความเสี่ยงด้านวัตถุดิบในระยะยาว

สำหรับการจ่ายเงินปันผล แม้ว่าบริษัทจะยังคงมีสถานะการเงินที่ดีและมีสัดส่วนหนี้สินต่อทุนต่ำ แต่มีความจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมสภาพคล่องทางการเงินสำหรับการดำเนินงานตามแผนธุรกิจในอนาคตอันใกล้ จึงเสนอให้ที่ประชุมผู้ถือหุ้นพิจารณาอนุมัติงดการจ่ายเงินปันผลในรอบครึ่งปีหลัง ทั้งนี้ ในรอบปี 2568 บริษัทได้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลสำหรับงวดการดำเนินงานครึ่งปีแรกไปแล้ว ให้แก่ผู้ถือหุ้นในอัตรา 0.03 บาทต่อหุ้น สำหรับหุ้นสามัญจำนวนทั้งสิ้น 670,000,000 หุ้น รวมเป็นจำนวนเงินปันผลจ่ายทั้งสิ้น 20.1 ล้านบาท เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2568

สำหรับเหตุการณ์สำคัญอื่นๆ ในเดือนกุมภาพันธ์ 2569 บริษัทได้ต้อนรับลูกค้าศักยภาพจากต่างประเทศทั่วเอเชีย เข้าเยี่ยมชมโรงงานและกระบวนการผลิตแป้งมันสำปะหลังตัดแปรรูป เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิต มาตรฐานคุณภาพ และระบบบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัท โดยมีเป้าหมายพัฒนาความร่วมมือทางธุรกิจในระยะยาว การเข้าเยี่ยมชมครั้งนี้สะท้อนความเชื่อมั่นต่อมาตรฐานการผลิตของบริษัท โดยเฉพาะ “PQS Model” ซึ่งเป็นกรอบบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงโครงสร้าง ตั้งแต่ต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน ผ่านความร่วมมือกับเกษตรกร การใช้ข้อมูลการเพาะปลูก และการวิเคราะห์วัตถุดิบ เพื่อลดความผันผวนของ Supply และรักษาคุณภาพอย่างสม่ำเสมอในระยะยาว

มุมมองผู้บริหารปี 2569

สถานการณ์ในตะวันออกกลางส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั่วโลก แม้บริษัทไม่ได้รับผลกระทบโดยตรง แต่ได้รับผลทางอ้อมจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นและการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจยังไม่สะท้อนในผลการดำเนินงานไตรมาสแรกของปี 2569 แต่มีโอกาสปรากฏในไตรมาสถัดไป ภายใต้ความไม่แน่นอนดังกล่าว บริษัททงรักษาโครงสร้างทางการเงินที่แข็งแกร่ง และเชื่อว่ากลยุทธ์ทางธุรกิจจะช่วยให้สามารถผ่านพ้นความผันผวนในระยะยาวได้

สำหรับปี 2569 บริษัทมองว่าอุตสาหกรรมมันสำปะหลังมีแนวโน้มทรงตัวและราคาเริ่มปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทไม่ได้พึ่งพาปัจจัยภายนอกเพียงอย่างเดียว โดยได้เริ่มดำเนินการ PQS Model ตั้งแต่ปี 2568 เพื่อยกระดับการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานผ่านความร่วมมือกับเกษตรกรและพันธมิตรในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น Smart Farmer, IoT และ Traceability มาใช้ เพื่อพัฒนาผลผลิตมันสำปะหลังคาร์บอนต่ำที่ตอบโจทย์ตลาดพรีเมียม ซึ่งเริ่มเห็นผลลัพธ์เชิงบวกแล้ว ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของผลผลิต ขณะเดียวกัน บริษัทเดินหน้าขยายตลาดใหม่ โดยเฉพาะในอาเซียนและญี่ปุ่น เพื่อลดการพึ่งพาสถานที่ในระยะเวลาอันยาวนานนอกจากนี้ ความร่วมมือดังกล่าวยังมีส่วนช่วยเสริมความมั่นคงด้านวัตถุดิบ โดยการพัฒนาระบบบริหารจัดการเกษตรกรและการเพาะปลูกในระดับต้นน้ำ ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพและปริมาณวัตถุดิบได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงช่วยลดผลกระทบจากความผันผวนของผลผลิตและข้อจำกัดด้านการจัดหาวัตถุดิบในกรณีที่เกิดผลผลิตหัวมันสำปะหลังในประเทศและการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้านมีความไม่แน่นอน

โรงงานผลิตแป้งมันสำปะหลังดัดแปร (Modified Starch) ที่จังหวัดมุกดาหาร และการกลับมาดำเนินงานของโรงงานสาขาเกาหลีอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ปลายปี 2568 จะเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญต่อศักยภาพการผลิตในปี 2569 ทั้งด้านปริมาณ คุณภาพ และประสิทธิภาพต้นทุน โดยผลิตภัณฑ์แป้งมันสำปะหลังดัดแปรจะเป็นกลไกหลักในการขยายเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมอาหารและยา รวมถึงการต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ชีวภาพและวัสดุชีวภาพ ขณะเดียวกัน บริษัทเดินหน้าบริหารต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพโลจิสติกส์โดยบริษัทย่อย และการบริหารพลังงานผ่านธุรกิจผลิตไฟฟ้าไปโอแกซ เพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนในระยะยาว

จากการขับเคลื่อนดังกล่าว ประกอบกับสัญญาณการฟื้นตัวของอัตราค่าไรซินตันและอัตราค่าไรสุทรีนในไตรมาส 4 ปี 2568 และไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทเริ่มเห็นทิศทางการฟื้นตัวของผลประกอบการอย่างค่อยเป็นค่อยไป แม้เศรษฐกิจโลกยังมีความไม่แน่นอน แต่การกลับมาของกำลังการผลิตเต็มรูปแบบ ควบคู่กับการยกระดับ product mix ไปสู่สินค้าแป้งมันสำปะหลังดัดแปร จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งของโครงสร้างรายได้และความสามารถในการทำกำไร สนับสนุนการเข้าสู่วัฏจักรธุรกิจขาขึ้นในระยะถัดไป

ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม

เศรษฐกิจไทยในไตรมาส 1 ปี 2569 มีแนวโน้มขยายตัวในระดับต่ำ โดยคาดว่า GDP จะเติบโตประมาณ 0.8% QoQ ขณะที่ทั้งปี 2569 คาดการณ์การเติบโตอยู่ในช่วง 1.5% – 2.0% สะท้อนแรงกดดันจากภาคการส่งออกที่เริ่มอ่อนแรงหลังฐานสูงในปี 2568 และผลกระทบจากค่าเงินบาทแข็งค่า ประกอบกับอุปสงค์ภายในประเทศที่ยังฟื้นตัวได้จำกัดจากหนี้ครัวเรือนในระดับสูงราว 86% ของ GDP ด้านภาคการท่องเที่ยวแม้ยังฟื้นตัวต่อเนื่องแต่ยังไม่กลับสู่ระดับก่อนวิกฤต ขณะที่อัตราเงินเฟ้อในช่วงต้นปีอยู่ที่ประมาณ -0.8% บ่งชี้ถึงภาวะอุปสงค์ที่ยังเปราะบาง ส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจอยู่ในช่วงชะลอตัว ทั้งนี้ สถานการณ์ความตึงเครียดในตะวันออกกลางส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยหลายด้าน โดยเฉพาะด้านราคาพลังงานซึ่งมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันความไม่แน่นอนทางภูมิรัฐศาสตร์ยังส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการค้าโลกและความเชื่อมั่นของนักลงทุน อาจทำให้การส่งออกของไทยชะลอตัวเพิ่มเติม อย่างไรก็ตาม ผลกระทบโดยตรงต่อไทยยังอยู่ในระดับจำกัด เนื่องจากสัดส่วนการค้าระหว่างไทยกับประเทศในตะวันออกกลางยังไม่สูงมาก แต่ความเสี่ยงหลักยังคงอยู่ที่ผลกระทบทางอ้อมผ่านราคาพลังงานและเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจซ้ำเติมภาวะการฟื้นตัวที่ยังเปราะบางของเศรษฐกิจไทยในปี 2569

สำหรับภาพรวมอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง ประเทศไทยยังคงเป็นผู้ส่งออกแป้งมันสำปะหลังรายสำคัญในระดับโลก โดยมีตลาดปลายทางที่หลากหลาย เช่น จีน สหรัฐอเมริกา ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมส่งออกมันสำปะหลังของไทยยังคงพึ่งพาประเทศจีนเป็นหลัก โดยมีสัดส่วนมากกว่า 50% ของมูลค่าการส่งออก ส่งผลให้ความผันผวนของอุปสงค์จากจีนส่งผ่านมายังผู้ประกอบการไทยโดยตรง โดยตลอดปี 2568 และไตรมาสแรกปี 2569 ภาพรวมสะท้อนการชะลอตัวจากการที่จีนทยอยลดการพึ่งพาการนำเข้า รวมถึงการปรับพฤติกรรมไปใช้วัตถุดิบทดแทนมากขึ้น ขณะเดียวกัน ผู้ส่งออกไทยยังเผชิญแรงกดดันจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงขึ้นจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนามและกัมพูชา ซึ่งมีต้นทุนวัตถุดิบและโครงสร้างต้นทุนที่แข่งขันได้มากขึ้น ส่งผลให้โมเดลการเติบโตแบบ “volume-driven” ของไทยแสดงถึงข้อจำกัดที่ชัดเจนมากขึ้น

ภายใต้แรงกดดันดังกล่าว อุตสาหกรรมไทยกำลังเร่งปรับตัวเชิงกลยุทธ์ โดยขยับจากการขายแป้งมันสำปะหลังพื้นฐาน (Native Starch) ไปสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม เช่น แป้งมันสำปะหลังดัดแปร (Modified Starch) ซึ่งสามารถตอบโจทย์อุตสาหกรรมปลายทางที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งอาหารแปรรูป อุตสาหกรรมสุขภาพ และอุตสาหกรรมชีวภาพ ควบคู่กับการสร้าง positioning ใหม่ในระดับ global เช่น “Gluten-Free” และ “Non-GMO” ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์ผู้บริโภคทั่วโลกที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความปลอดภัย และความยั่งยืนมากขึ้น การ reposition ดังกล่าวไม่ใช่เพียงการเพิ่มมูลค่าสินค้า แต่เป็นการ “redefine competitive advantage” ของไทยในตลาดโลก จากการแข่งขันด้านราคา ไปสู่การแข่งขันด้านคุณภาพ นวัตกรรม และมาตรฐาน

ในด้านตลาดปลายทาง ไทยเร่งเดินหน้ากลยุทธ์กระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาจีน โดยเฉพาะการรุกตลาดประเทศญี่ปุ่นในเชิงลึก ไม่ใช่เพียงการขายสินค้าแบบระยะสั้น แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวเชิงโครงสร้าง ล่าสุดประเทศไทยได้ส่งคณะผู้แทนมากกว่า 37 รายไปยังกรุงโตเกียว เพื่อเจรจาและสร้างพันธมิตรกับผู้นำและผู้ผลิตของญี่ปุ่น โดยเป้าหมายไม่ได้จำกัดอยู่ที่การเพิ่มยอดขายสินค้า แต่เป็นการผลักดันให้มันสำปะหลังของไทยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของ supply chain อุตสาหกรรมของญี่ปุ่น ทั้งในสูตรอาหารสัตว์และการใช้งานในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งสะท้อนการยกระดับบทบาทของไทยจาก “ผู้ส่งออกสินค้า” ไปสู่ “พันธมิตรเชิงอุตสาหกรรม” ขณะเดียวกัน กรมการค้าต่างประเทศได้ร่วมมือกับเอกชนไทยเข้าร่วมประชุมหารือและเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมันสำปะหลังกว่า 150 นัดหมาย โดยนำผู้ประกอบการไทย 17 รายไปจับคู่ธุรกิจกับผู้ซื้อจีนกว่า 20 ราย และเน้นการใช้มันสำปะหลังในอุตสาหกรรมแป้งดัดแปร กาว กระดาษ เคมีภัณฑ์ รวมถึงศึกษาระบบโลจิสติกส์ของ Chongqing Inland International Logistics Hub เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกระจายสินค้าไปจีนตะวันตก ทั้งนี้ นครฉงชิ่งกำลังพัฒนาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคตะวันตก โดยมีความต้องการจากหลากหลายอุตสาหกรรม ทั้งอาหาร อาหารสัตว์ และพลังงานชีวภาพ เช่น เอทานอล จะเห็นได้ว่าแม้จีนยังคงเป็นตลาดส่งออกหลัก แต่โครงสร้างของอุปสงค์กำลังเปลี่ยนไปอย่างมีนัยสำคัญ

ในด้านวัตถุดิบหัวมันสำปะหลังสด ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมมันสำปะหลังของไทยเผชิญการหดตัวของทั้งพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตอย่างมีนัยสำคัญ โดยพื้นที่ปลูกลดลงจากระดับประมาณ 10 ล้านไร่ในปี 2564/2565 เหลือประมาณ 8 ล้านไร่ในปี 2566/2567 ขณะที่ผลผลิตหัวมันสดลดลงจาก 33.5 ล้านตัน เหลือ 21.8 ล้านตัน สะท้อนถึงแรงกดดันจากราคาที่ผันผวนในอดีต ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ปัญหาโรคพืช และการเปลี่ยนไปปลูกพืชทางเลือก เช่น อ้อยและข้าวโพด ส่งผลให้โครงสร้าง supply ของประเทศเข้าสู่ภาวะตึงตัวมากขึ้น แม้ในปี 2567/2568 พื้นที่เพาะปลูกจะทรงตัวที่ราว 8.4 ล้านไร่ และผลผลิตมีแนวโน้มฟื้นตัวสู่ระดับประมาณ 25 ล้านตัน จากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยมากขึ้นและแรงจูงใจด้านราคาที่ดีขึ้น แต่การฟื้นตัวดังกล่าวยังเป็นเพียงการปรับขึ้นจากฐานที่ต่ำและยังไม่กลับสู่ระดับสูงสุดในอดีต ในขณะเดียวกัน การลดลงของการนำเข้าหัวมันสำปะหลังสดจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะกัมพูชา ซึ่งเคยเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญของไทย ได้ยิ่งซ้ำเติมภาวะตึงตัวของ supply ในประเทศ โดยการจำกัดการขนส่งข้ามแดนและการเปลี่ยนทิศทางการค้าของผู้ส่งออกในภูมิภาค ส่งผลให้ปริมาณวัตถุดิบเข้าสู่ระบบลดลงอย่างมีนัยสำคัญ นำไปสู่การแข่งขันในการจัดหาวัตถุดิบที่สูงขึ้น และกดดันต้นทุนของผู้ประกอบการแปรรูปในประเทศ โดยรวมแล้วอุตสาหกรรมยังอยู่ในภาวะตึงตัวในด้านอุปทาน

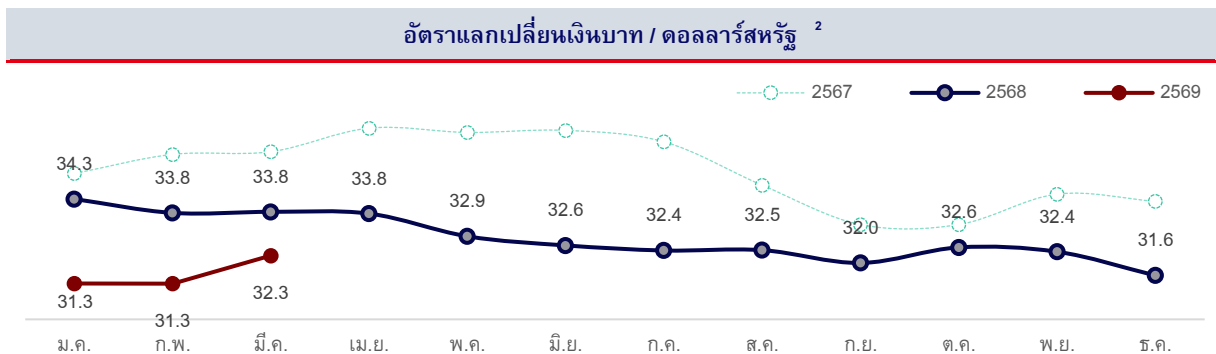
มูลค่าการส่งออกแป้งมันสำปะหลังในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2569 ลดลงเหลือ 9,361 ล้านบาท จาก 12,318 ล้านบาท หรือหดตัวประมาณ 24% YoY โดยยังมีแรงกดดันหลักจากตลาดสำคัญอย่างจีน ซึ่งมูลค่าการส่งออกลดลงเหลือ 5,914 ล้านบาท จาก 6,396 ล้านบาท (-8% YoY) และอินโดนีเซียที่ลดลงอย่างรุนแรงจาก 1,492 ล้านบาท เหลือเพียง 291 ล้านบาท (-80% YoY) ขณะที่หลายตลาดอื่นยังอ่อนตัวลงเช่นกัน อาทิ ใต้หวัน ที่ลดลงเหลือ 791 ล้านบาท จาก 920 ล้านบาท (-14% YoY) และมาเลเซีย ที่ลดลงเหลือ 657

ล้านบาท จาก 847 ล้านบาท (-22% YoY) แม้บางตลาดยังขยายตัวได้ เช่น ญี่ปุ่น ที่มูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 376 ล้านบาท จาก 350 ล้านบาท (+7% YoY) แต่ยังไม่เพียงพอชดเชยการชะลอตัวของตลาดหลัก ทั้งนี้ มูลค่าการส่งออกไปประเทศจีนแม้จะยังปรับตัวลดลง แต่การหดตัวอยู่ในระดับจำกัดเมื่อเทียบกับบางตลาดหลักอื่น สอดคล้องกับภาพรวมที่อุปสงค์ยังคงชะลอแต่ไม่ได้ทรุดตัวรุนแรงเหมือนบางตลาด ในด้านปริมาณการส่งออก ลดลงมาอยู่ที่ 654,773 ตัน จาก 913,287 ตัน (-28% YoY) สะท้อนว่าการลดลงของรายได้ส่งออกในงวดนี้ยังเกิดจากการหดตัวของปริมาณเป็นหลัก มากกว่าปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว

มูลค่าส่งออกแป้งมันสำปะหลังของประเทศไทย ¹		
ประเทศที่นำเข้า จากไทย	มูลค่า (ล้านบาท)	
	3M/2568	3M/2569
จีน	6,396	5,914
ไต้หวัน	920	791
มาเลเซีย	847	657
สหรัฐอเมริกา	542	391
ญี่ปุ่น	350	376
อินโดนีเซีย	1,492	291
สิงคโปร์	296	167
ฟิลิปปินส์	395	115
เนเธอร์แลนด์	102	107
ออสเตรเลีย	65	72
อื่นๆ	912	480
รวมมูลค่า	12,318	9,361
ปริมาณ (ตัน)	913,287	654,773

ในปี 2569 ราคามันสำปะหลังและแป้งมันในประเทศแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มฟื้นตัวอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสแรกของปี ซึ่งราคาภายในประเทศปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ประมาณ 16.2 บาทต่อกิโลกรัมในเดือนมีนาคม จากระดับราว 13.4–14.1 บาทต่อกิโลกรัม ณ สิ้นปี 2568 การปรับตัวดีขึ้นดังกล่าวสะท้อนถึงภาวะอุปทานหัวมันสำปะหลังที่เริ่มตึงตัว หลังจากผ่านช่วงราคาต่ำในปีก่อน รวมถึงผลของฤดูกาลผลิตในช่วงต้นปี ซึ่งเป็นช่วงที่มีความต้องการใช้วัตถุดิบสูง การเพิ่มขึ้นของราคาภายในประเทศช่วยสนับสนุนรายได้ภาคเกษตรและอุตสาหกรรมต้นน้ำ อย่างไรก็ตาม ราคายังต่ำกว่าจุดสูงสุดในต้นปี 2567 สะท้อนว่าตลาดอยู่ในช่วงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนราคาส่งออกในปี 2569 มีความผันผวนแต่เริ่มส่งสัญญาณเชิงบวก โดยราคาปรับเพิ่มจากประมาณ 480 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันในช่วงปลายปี 2568 มาอยู่ในช่วงราว 490–525 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันในไตรมาส 1/2569 การฟื้นตัวดังกล่าวได้รับแรงหนุนจากอุปสงค์ในตลาดโลกที่ทยอยดีขึ้นและอุปทานที่ตึงตัวในบางภูมิภาค อย่างไรก็ตาม ราคาส่งออกยัง

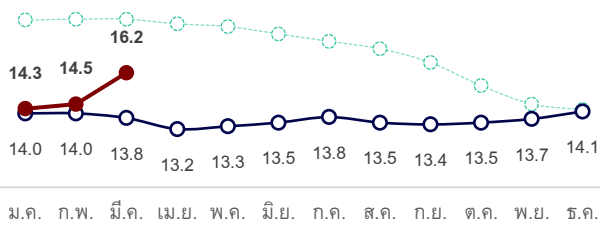
ไม่กลับไปสู่ระดับสูงสุดที่เคยอยู่ที่ ประมาณ 580 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันในต้นปี 2567 สะท้อนว่าลูกค้าในตลาดโลกยังคงมีความอ่อนไหวต่อราคา และการฟื้นตัวของราคายังเป็นไปอย่างจำกัด



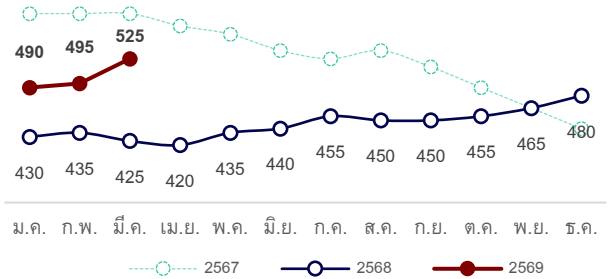
¹ <https://traderreport.moc.go.th/stat/reporthiscodeexport01>

² https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=123&language=TH

ราคาแป้งมันสำปะหลังในประเทศ (บาท / กิโลกรัม) ¹



ราคาแป้งมันสำปะหลังส่งออก (ดอลลาร์สหรัฐ / ตัน) ¹



ผลการดำเนินงาน

งบกำไรขาดทุน

(หน่วย: ล้านบาท)	งวด 3 เดือน				
	ไตรมาส 1 ปี 2568	ไตรมาส 4 ปี 2568	ไตรมาส 1 ปี 2569	%QoQ	%YoY
รายได้จากการขายและบริการ	458.9	512.4	630.4	23.0%	37.4%
ต้นทุนขายและบริการ	331.9	468.7	547.2	16.7%	64.9%
กำไรขั้นต้น	127.1	43.7	83.3	90.5%	(34.5%)
รายได้อื่น*	12.8	10.3	27.7	170.4%	116.7%
กำไร (ขาดทุน)					
จากการวัดมูลค่ายุติธรรมตราสารอนุพันธ์ และอัตราแลกเปลี่ยน - สุทธิ	6.3	(4.0)	0.5	112.7%	(91.8%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	83.8	76.5	84.6	10.5%	0.9%
กำไรจากกิจกรรมดำเนินงาน	62.3	(26.6)	26.9	201.1%	(56.8%)
ต้นทุนทางการเงิน	6.2	4.8	6.4	31.7%	2.9%
ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้	4.5	0.8	0.6	(20.2%)	(85.8%)
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด	51.6	(32.2)	19.9	161.7%	(61.5%)

* รายได้อื่น ประกอบด้วยรายได้จากการขายผลพลอยได้จากการผลิตแป้งสาลี เช่น กากมัน เหง้ามัน เปลือกดิน เปลือกแป้ง น้ำเสีย การขายเศษวัสดุ ดอกเบียร์รับ เป็นต้น

¹ Thai Tapioca Starch Association

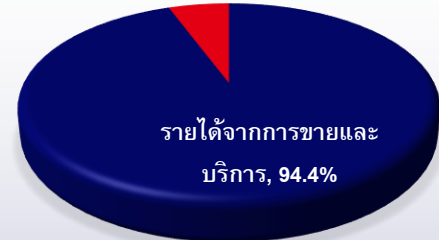
คำอธิบายงบกำไรขาดทุนไตรมาส 1 ปี 2569

รายได้จากการขายและบริการ

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีรายได้จากการขายและบริการอยู่ที่ 630.4 ล้านบาท มาจากรายได้จากการขายแป้งมันสำปะหลัง รายได้จากการขายไฟฟ้า และรายได้จากการให้บริการโลจิสติกส์ เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน รายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้น 171.5 ล้านบาท หรือ 37.4% YoY โดยรายได้จากการขายแป้งมันสำปะหลังเพิ่มขึ้น 171.5 ล้านบาท จากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือเพิ่มขึ้น 38.1% YoY เนื่องจากการดำเนินการผลิตของโรงงานสาขาภาพสินและการปรับตัวของราคาแป้งมันสำปะหลัง ทั้งนี้ ในช่วงไตรมาส 1/2569 โรงงานสาขาภาพสินสามารถใช้กำลังการผลิตได้เต็มที่ ในขณะที่ในช่วงไตรมาส 1/2568 โรงงานสาขาภาพสินเพิ่งเริ่มเปิดดำเนินการ ส่วนรายได้จากการขายไฟฟ้าในไตรมาสนี้เท่ากับ 6.5 ล้านบาท ลดลง 2.0 ล้านบาท จากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือลดลง 23.5% YoY เนื่องจากการลดลงของการผลิตไฟฟ้าจากก๊าซชีวภาพ สำหรับรายได้จากการให้บริการโลจิสติกส์ในไตรมาสนี้เท่ากับ 2.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.0 ล้านบาท จากที่ไม่มีรายได้จากบริการดังกล่าวในงวดเดียวกันของปีก่อน

สัดส่วนรายได้รวมไตรมาส 1 ปี 2569

รายได้อื่น, 5.6%



เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อน รายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้น 118.0 ล้านบาท หรือ 23.0% QoQ โดยรายได้จากการขายแป้งมันสำปะหลังเพิ่มขึ้น 116.3 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 23.0% QoQ เนื่องจากการกลับมาดำเนินการผลิตของโรงงานสาขาภาพสินและการปรับตัวของราคาแป้งมันสำปะหลัง ทั้งนี้ ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2568 โรงงานสาขาภาพสินได้มีการหยุดการดำเนินงานชั่วคราวและได้กลับมาดำเนินการตามปกติตั้งแต่วันที่ 18 ธันวาคม 2568 นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยตามฤดูกาล กล่าวคือ ไตรมาสแรกของทุกปีจะเป็นช่วงที่มีปริมาณการผลิตและปริมาณการขายแป้งมันสำปะหลังมากที่สุด ส่วนรายได้จากการขายไฟฟ้าเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนเพิ่มขึ้น 1.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 26.4% QoQ ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นตามการผลิตแป้งมันสำปะหลัง สำหรับรายได้จากการให้บริการโลจิสติกส์เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อน เพิ่มขึ้น 0.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 23.3% QoQ ธุรกิจการให้บริการโลจิสติกส์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่เริ่มต้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2568

เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อน รายได้จากการขายและบริการเพิ่มขึ้น 118.0 ล้านบาท หรือ 23.0% QoQ โดยรายได้จากการขายแป้งมันสำปะหลังเพิ่มขึ้น 116.3 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 23.0% QoQ เนื่องจากการกลับมาดำเนินการผลิตของโรงงานสาขาภาพสินและการปรับตัวของราคาแป้งมันสำปะหลัง ทั้งนี้ ในช่วงไตรมาส 4 ปี 2568 โรงงานสาขาภาพสินได้มีการหยุดการดำเนินงานชั่วคราวและได้กลับมาดำเนินการตามปกติตั้งแต่วันที่ 18 ธันวาคม 2568 นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยตามฤดูกาล กล่าวคือ ไตรมาสแรกของทุกปีจะเป็นช่วงที่มีปริมาณการผลิตและปริมาณการขายแป้งมันสำปะหลังมากที่สุด ส่วนรายได้จากการขายไฟฟ้าเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนเพิ่มขึ้น 1.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 26.4% QoQ ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นตามการผลิตแป้งมันสำปะหลัง สำหรับรายได้จากการให้บริการโลจิสติกส์เมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสก่อน เพิ่มขึ้น 0.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 23.3% QoQ ธุรกิจการให้บริการโลจิสติกส์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่เริ่มต้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2568

รายได้อื่น

รายได้อื่นส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการขายผลพลอยได้ที่เหลือจากการผลิตแป้งมันสำปะหลัง เช่น กากมัน เหมงมัน เปลือกดิน เปลือกแป้ง น้ำเสีย ดอกเบียร์รับ และเงินสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ เป็นต้น โดยในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีรายได้อื่น 27.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 14.9 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือ 116.7% YoY ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นตามปริมาณการผลิต และเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน รายได้อื่นเพิ่มขึ้น 17.5 ล้านบาท หรือ 170.4% QoQ ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นตามปริมาณการผลิตและปัจจัยตามฤดูกาล โดยไตรมาส 1 จะเป็นฤดูกาลที่มีการผลิตแป้งมันสำปะหลังมากที่สุดของปี

ต้นทุนขายและบริการ

สำหรับไตรมาส 1/2569 ต้นทุนขายและบริการอยู่ที่ 547.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 215.3 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือ 64.9% YoY และเพิ่มขึ้น 78.5 ล้านบาทจากไตรมาสก่อน หรือ 16.7% QoQ การเพิ่มขึ้นรายได้ไตรมาสเป็นการปรับตัวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับงวดเดียวกันของปีก่อนต้นทุนขายและบริการมีการเพิ่มขึ้นสูงมากกว่ารายได้จากการขายและบริการเนื่องจากราคาวัตถุดิบ (หัวมันสำปะหลัง) ปรับตัวสูงขึ้นในอัตราที่สูงกว่าราคาสินค้า (แป้งมันสำปะหลัง)

กำไร (ขาดทุน) ขั้นต้น และอัตรากำไร (ขาดทุน) ขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 83.3 ล้านบาท ลดลง 43.8 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือ 34.5% YoY แม้รายได้จะเติบโตสูงขึ้นแต่ต้นทุนขายและบริการเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่า อย่างไรก็ตาม กำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 39.5 ล้านบาทจากไตรมาสก่อน หรือ

90.5% QoQ ซึ่งเป็นผลมาจากปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้นจึงทำให้เกิด Economies of Scale ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นในไตรมาสนี้อยู่ที่ 13.2% ลดลงจาก 27.7% ในไตรมาส 1/2568 แต่เพิ่มขึ้นจาก 8.5% ในไตรมาสก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาสนี้อยู่ที่ 84.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.8 ล้านบาทจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน หรือ 0.9% YoY และเพิ่มขึ้น 8.1 ล้านบาทจากไตรมาสก่อน หรือเพิ่มขึ้น 10.5% QoQ

ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นทั้ง YoY และ QoQ ตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง 4.0 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือลดลง 10.4% YoY อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ค่าใช้จ่ายในการบริหารเพิ่มขึ้น 1.1 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 3.1% QoQ การที่ค่าใช้จ่ายในการบริหารมีแนวโน้มลดลงส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากมาตรการลดค่าใช้จ่ายเพื่อให้สอดคล้องกับสถานะของตลาดที่มีความไม่แน่นอน

ต้นทุนทางการเงิน

ต้นทุนทางการเงินอยู่ที่ 6.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.2 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้น 1.5 ล้านบาทจากไตรมาสก่อน โดยมีสาเหตุหลักมาจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้นในช่วงไตรมาส 1/2569

กำไร (ขาดทุน) สุทธิและอัตรากำไร (ขาดทุน) สุทธิ

ในไตรมาส 1/2569 บริษัทมีกำไรสุทธิ 19.9 ล้านบาท ลดลง 31.7 ล้านบาทจากงวดเดียวกันของปีก่อน หรือ 61.5% YoY นอกจากนี้เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน กำไรสุทธิในไตรมาสนี้กลับมาเป็นบวก จากที่ขาดทุนสุทธิ 32.2 ล้านบาทในไตรมาสก่อน จะเห็นได้ว่า กำไรสุทธิมีการปรับตัวตามกำไรขั้นต้น กล่าวคือ สำหรับการขายไตรมาสนั้นเป็นการปรับตัวตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น ส่วนการปรับตัวลดลงรายปี เป็นผลมาจากราคาวัตถุดิบ (หัวมันสำปะหลัง) ปรับตัวสูงขึ้นในอัตราที่สูงกว่าราคาสินค้า (แป้งมันสำปะหลัง)

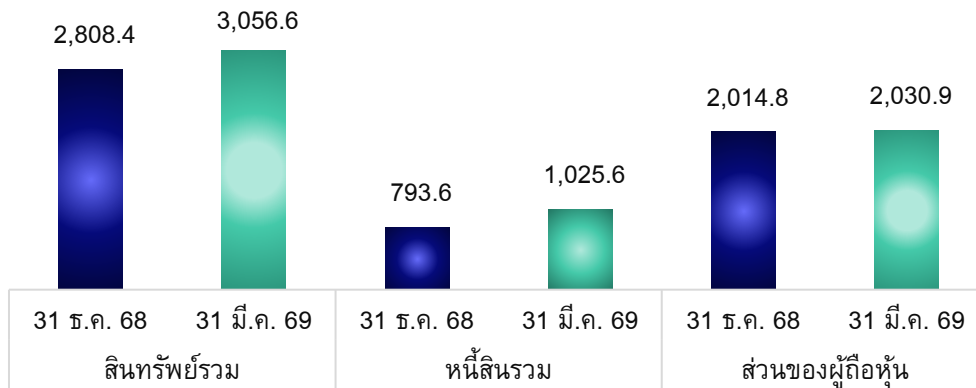
จากที่กล่าวมาส่งผลให้อัตรากำไรสุทธิในไตรมาสนี้อยู่ที่ 3.0% ลดลงจาก 10.8% ในงวดเดียวกันของปีก่อน และกลับมาเป็นบวกจาก -6.2% ในไตรมาสก่อน

สรุปอัตรากำไร

	งวด 3 เดือน				
	ไตรมาส 1 ปี 2568	ไตรมาส 4 ปี 2568	ไตรมาส 1 ปี 2569	%QoQ	%YoY
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และ	104.0	19.8	74.1	275.0%	(28.8%)
อัตรากำไร EBITDA (%)	21.8%	3.8%	11.1%	7.3 pts	(10.7 pts)
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย และภาษี (EBIT)	62.3	(26.6)	26.9	201.1%	(56.8%)
อัตรากำไร EBIT (%)	13.0%	(5.1%)	4.0%	9.2 pts	(9.0 pts)
กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (ล้านบาท)	51.6	(32.2)	19.9	161.7%	(61.5%)
อัตรากำไรสุทธิ (%)	10.8%	(6.2%)	3.0%	9.2 pts	(7.8 pts)
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.077	(0.048)	0.030	161.7%	(61.5%)

งบแสดงฐานะการเงิน

(หน่วย: ล้านบาท)



สินทรัพย์รวม

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เท่ากับ 3,056.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.8% จาก 2,808.4 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568

- **สินทรัพย์หมุนเวียน** ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 สินทรัพย์หมุนเวียนอยู่ที่ 984.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 237.5 ล้านบาท จาก 747.1 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น 201.1 ล้านบาท และลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 47.6 ล้านบาท ทั้งนี้ สินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้นตามปัจจัยฤดูกาล กล่าวคือ ไตรมาสแรกของทุกปีจะเป็นช่วงที่มีปริมาณผลผลิตมันสำปะหลังมากที่สุดจึงมีการผลิตสูงกว่าปริมาณการขาย
- **สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน** สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 อยู่ที่ 2,072.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.7 ล้านบาท หรือ 0.5% จาก 2,061.3 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 สาเหตุหลักเกิดจากสินทรัพย์สิทธิการใช้เพิ่มขึ้น 18.2 ล้านบาท แม้ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์จะลดลง 7.1 ล้านบาท

หนี้สินรวม

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เท่ากับ 1,025.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.2% จาก 793.6 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568

- **หนี้สินหมุนเวียน** หนี้สินหมุนเวียน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 อยู่ที่ 690.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.7 ล้านบาท จาก 665.1 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 สาเหตุหลักจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินส่วนที่ถึงกำหนดชำระภายในหนึ่งปีเพิ่มขึ้น 38.3 ล้านบาท เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นเพิ่มขึ้น 10.7 ล้านบาท และหนี้สินตราสารอนุพันธ์เพิ่มขึ้น 12.9 ล้านบาท แม้เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินจะลดลง 40.0 ล้านบาท
- **หนี้สินไม่หมุนเวียน** หนี้สินไม่หมุนเวียน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 อยู่ที่ 334.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 206.4 ล้านบาท จาก 128.5 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 สาเหตุหลักจากเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น 192.8 ล้านบาท หนี้สินตามสัญญาเช่าเพิ่มขึ้น 12.9 ล้านบาท และภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น 0.7 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 เท่ากับ 2,030.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16.1 ล้านบาท หรือ 0.8% จาก 2,014.8 ล้านบาท ณ สิ้นปี 2568 โดยสาเหตุหลักจากกำไรสุทธิกลับมาเป็นบวก

งบกระแสเงินสด

สำหรับไตรมาส 1 ปี 2569 บริษัทมีกระแสเงินสดจากกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

- **เงินสดใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงาน** เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานสำหรับไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 155.2 ล้านบาท โดยสาเหตุหลักคือการเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือตามฤดูกาล กล่าวคือ ไตรมาสแรกของทุกปีจะเป็นช่วงที่มีปริมาณผลผลิตมันสำปะหลังมากที่สุดจึงมีการผลิตสูงกว่าปริมาณการขาย
- **เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนอยู่ที่** เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนสำหรับไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 41.4 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายจ่ายลงทุนเพื่อบำรุงรักษา (Maintenance Capex) เพื่อซ่อมแซมหรือคงสภาพสินทรัพย์ให้ใช้งานได้ตามปกติ
- **เงินสดใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงินอยู่ที่** เงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมจัดหาเงินสำหรับไตรมาส 1/2569 อยู่ที่ 185.2 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ระยะยาวจากสถาบันการเงิน
- จากที่กล่าวข้างต้นส่งผลให้เงินสดสุทธิลดลง 11.3 ล้านบาทจากสิ้นปี 2568 โดย ณ วันที่ 31 มีนาคม 2569 บริษัทมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 288.0 ล้านบาท

(หน่วย: ล้านบาท)	งวด 3 เดือน ปี 2568	งวด 3 เดือน ปี 2569
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมดำเนินงาน	(137.5)	(155.2)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมลงทุน	(60.0)	(41.4)
เงินสดสุทธิได้มาจาก (ใช้ไปใน) กิจกรรมจัดหาเงิน	(2.6)	185.2
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) - สุทธิ	(200.0)	(11.3)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันต้นงวด	467.8	299.4
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นงวด	267.7	288.0

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

	ไตรมาส 1 ปี 2568	ไตรมาส 1 ปี 2569
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE, %) *	7.5%	(5.3%)
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA, %) **	6.4%	(3.1%)
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.4 เท่า	0.5 เท่า

* ROE คำนวณจาก กำไร (ขาดทุน) ของส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ ของผลประกอบการ ย้อนหลัง 12 เดือนล่าสุด (Trailing 12 Months)

** ROA คำนวณจาก กำไรจากการดำเนินงาน+ส่วนแบ่งกำไร (ขาดทุน) จากเงินลงทุนในบริษัทร่วม+รายได้ทางการเงิน ของผลประกอบการ ย้อนหลัง 12 เดือนล่าสุด (Trailing 12 Months)

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

1. ภาวะสงครามในตะวันออกกลาง

ความตึงเครียดในตะวันออกกลางส่งผลให้ราคาพลังงานและค่าระวางเรือมีความผันผวนสูงขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยกดดันต้นทุนการผลิตและการขนส่งของผู้ส่งออกแป้งมันสำปะหลังโดยตรง โดยเฉพาะต้นทุนเชื้อเพลิง ไฟฟ้า และค่าขนส่งทางทะเลที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ความไม่แน่นอนของเส้นทางโลจิสติกส์ระหว่างประเทศยังส่งผลให้ระยะเวลาการส่งมอบสินค้า (lead time) ยาวนานขึ้น และเพิ่มความเสี่ยงด้านการบริหารคำสั่งซื้อ ขณะเดียวกัน ภาวะเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มชะลอตัวจากแรงกดดันด้านพลังงาน อาจส่งผลให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมปลายน้ำลดลง

2. การปิดด่านชายแดนไทย-กัมพูชา

ข้อจำกัดในการนำเข้าหัวมันสำปะหลังจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะกัมพูชา ส่งผลให้อุปทานวัตถุดิบเข้าสู่ระบบลดลง และทำให้ภาวะวัตถุดิบในประเทศตึงตัวมากขึ้น ส่งผลให้ราคาหัวมันสำปะหลังปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยดังกล่าวกดดันต้นทุนการผลิตและอาจส่งผลให้กำลังการผลิตของบางโรงงานไม่สามารถดำเนินการได้เต็มประสิทธิภาพ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่พึ่งพาการจัดหาวัตถุดิบจากตลาด spot และไม่มีเครือข่ายรับซื้อที่แข็งแกร่ง อย่างไรก็ตาม ภาวะวัตถุดิบตึงตัวอาจช่วยพยุงราคาขายสินค้าในบางช่วงได้ หากสามารถส่งผ่านต้นทุนไปยังลูกค้าได้

3. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อผลผลิตหัวมันสำปะหลังผ่านการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิและความแปรปรวนของปริมาณน้ำฝน โดยแม้มันสำปะหลังจะเป็นพืชทนแล้ง แต่เมื่ออุณหภูมิสูงเกินระดับที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้ประสิทธิภาพการสังเคราะห์แสงลดลงและการสะสมแป้งในหัวต่ำลง ขณะเดียวกัน รูปแบบฝนที่ไม่สม่ำเสมอ เช่น ฝนทิ้งช่วงหรือฝนตกหนักเกินไป อาจทำให้เกิดภาวะขาดน้ำหรือรากเน่า ซึ่งล้วนส่งผลให้ผลผลิตต่อไร่และคุณภาพหัวมันลดลง นอกจากนี้ ความถี่ของปรากฏการณ์ El Niño และ La Niña ที่เพิ่มขึ้น ยิ่งทำให้ผลผลิตมีความผันผวนสูงขึ้นและยากต่อการคาดการณ์

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศยังเอื้อต่อการแพร่ระบาดของศัตรูพืชและโรค รวมถึงส่งผลให้บางพื้นที่เพาะปลูกไม่เหมาะสมเหมือนเดิม ทำให้เกษตรกรบางส่วนปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่น ส่งผลให้ปริมาณวัตถุดิบในระบบมีความไม่แน่นอนมากขึ้นในระยะยาว ภาพรวมจึงสะท้อนว่าผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไม่ได้จำกัดเพียงการลดลงของผลผลิต แต่เป็นการเพิ่มความผันผวนของอุปทาน ซึ่งส่งผ่านไปยังราคามันสำปะหลังในตลาดโลก ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อเสถียรภาพของรายได้และอัตรากำไรของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

4. ความผันผวนของราคาแป้งมันสำปะหลัง

ราคาแป้งมันสำปะหลังมีความผันผวน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท ยกตัวอย่างเช่น ในปี 2568 ความต้องการนำเข้าแป้งมันสำปะหลังของจีนมีแนวโน้มชะลอตัวลง เนื่องจากจีนมีการปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน โดยหันไปเพิ่มการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งใหม่ เช่น ประเทศในกลุ่ม CLMV (กลุ่มประเทศ กัมพูชา, ลาว, เมียนมา และ เวียดนาม) และการลงทุน upstream เพื่อควบคุมต้นทุนและความมั่นคงด้านวัตถุดิบ ส่งผลให้ผู้ส่งออกเดิม เช่น ไทยและเวียดนาม เผชิญแรงกดดันด้านการแข่งขันมากขึ้น และทำให้ราคามันสำปะหลังในตลาดโลกมีความผันผวนสูง โดยเมื่อจีนชะลอการนำเข้า จะกดดันให้เกิดภาวะอุปทานส่วนเกินและราคาปรับลดลง ขณะที่การกลับมาซื้อในจังหวะที่อุปทานตึงตัวสามารถผลักดันราคาให้ปรับตัวสูงขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

5. แนวโน้มพื้นที่เพาะปลูกและการนำเข้าหัวมันสำปะหลัง

แนวโน้มพื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลังในประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงก่อนหน้า สะท้อนถึงข้อจำกัดด้านการขยายอุปทานวัตถุดิบในประเทศ ขณะที่ความไม่แน่นอนของการนำเข้าหัวมันสำปะหลังจากประเทศเพื่อนบ้านยังเพิ่มความตึงตัวของอุปทาน ส่งผลให้การแข่งขันในการจัดหาวัตถุดิบสูงขึ้น และกดดันโครงสร้างต้นทุนของผู้ผลิต โดยเฉพาะโรงงานที่ไม่มีการบริหารจัดการแหล่งวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยดังกล่าวยังจำกัดศักยภาพในการขยายกำลังการผลิตและการส่งออกในระยะถัดไป

6. การสนับสนุนจากทางภาครัฐในการขยายตลาดส่งออก

การขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นและพื้นที่ใหม่ในประเทศจีน เช่น นครฉงชิ่ง เป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ช่วยลดการพึ่งพาตลาดจีนดั้งเดิม และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นซึ่งให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของสินค้า ขณะที่นครฉงชิ่งเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์และอุตสาหกรรมในจีนตะวันตก ซึ่งช่วยขยายฐานลูกค้าไปยังภูมิภาคใหม่ ปัจจัยดังกล่าวมีศักยภาพในการสร้างเสถียรภาพของรายได้ในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การเจาะตลาดดังกล่าวต้องอาศัยการพัฒนามาตรฐานสินค้าและความสามารถในการตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้า

7. การขยายสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม

แนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่สินค้ามูลค่าเพิ่ม เช่น แป้งดัดแปร (Modified Starch) และผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กระแสสุขภาพและสิ่งแวดล้อม อาทิ Gluten-Free Non-GMO และลูกค้าในกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับ ESG และความยั่งยืน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำกำไรและลดความผันผวนจากราคาสินค้าโภคภัณฑ์ การปรับพอร์ตสินค้าไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ยังช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันในตลาดสากล อย่างไรก็ตาม การลงทุนในด้านเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และมาตรฐานการผลิตเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการยกระดับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

8. Low Carbon Starch

บริษัทร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับ บริษัท โซจิตลี เกษตร ดี เอ็กซ์ จำกัด หรือ KDX พร้อมด้วย บริษัท โซจิตลี คอร์ปอเรชั่น (Sojitz Corporation) กลุ่มบริษัทการค้าระหว่างประเทศชั้นนำจากประเทศญี่ปุ่นโดยมีเป้าหมายในการพัฒนา “Low Carbon Starch” ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน โครงการดังกล่าวมีการนำเทคโนโลยี “KDX Connect” มาใช้ในการเก็บข้อมูลจากเกษตรกร ซึ่งรวมถึงข้อมูลการเพาะปลูก ภาพถ่ายดาวเทียม และการวิเคราะห์ด้วย AI เพื่อใช้ในการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ โครงการเริ่มต้นด้วยการนำร่องกับเกษตรกรจำนวน 20 ราย และมีแผนขยายไปยัง 200 รายภายในระยะถัดไป โดยแนวทางการลดคาร์บอนประกอบด้วย การปรับการใช้ปุ๋ยให้เหมาะสมกับสภาพดิน การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ และการใช้ biochar รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทั้งนี้ ความร่วมมือดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อยกระดับแป้งมันสำปะหลังของไทยเข้าสู่ตลาดที่ให้ความสำคัญกับ ESG และความยั่งยืน

ความร่วมมือข้างต้นจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) มาใช้ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ช่วยให้ผู้ผลิตของบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้าในกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับ ESG และความยั่งยืนมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทมีโอกาสขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มสูง และลดการพึ่งพาการแข่งขันด้านราคาในตลาดสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity)

ในขณะเดียวกัน ความร่วมมือดังกล่าวยังมีส่วนช่วยเสริมความมั่นคงด้านวัตถุดิบ โดยการพัฒนาระบบบริหารจัดการเกษตรกรและการเพาะปลูกในระดับต้นน้ำ ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมคุณภาพและปริมาณวัตถุดิบได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงช่วยลดผลกระทบจากความผันผวนของผลผลิตและข้อจำกัดด้านการจัดหาวัตถุดิบในประเทศในระยะยาว ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาเกษตรกรและการปรับปรุงกระบวนการเพาะปลูกยังมีส่วนช่วยเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และยกระดับคุณภาพวัตถุดิบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีมาตรฐานสูง ส่งผลให้บริษัทสามารถบริหารจัดการต้นทุนและความต่อเนื่องในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืน

คณะกรรมการพัฒนากิจการเพื่อความยั่งยืนและ ESG ได้พิจารณาปรับปรุง วิสัยทัศน์ และพันธกิจ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และอนาคตดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

“ขับเคลื่อนธุรกิจแป้งมันสำปะหลังสู่อนาคตที่ยั่งยืน ด้วยนวัตกรรม การกำกับกิจการที่ดี และการเติบโตที่รับผิดชอบต่อโลกและสังคม”

PQS มุ่งมั่นเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มาตรฐานสากล และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางธุรกิจและการดูแลโลกอย่างยั่งยืน

พันธกิจ (Mission)

- ปลูกฝัง ESG เป็นรากฐานของกลยุทธ์และการดำเนินงานทุกระดับ
- พัฒนาห่วงโซ่อุปทานแป้งมันที่โปร่งใส ยืดหยุ่น และเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย
- ลดการปล่อยคาร์บอนและมุ่งสู่ Net Zero ผ่านการจัดการพลังงาน น้ำ และของเสียอย่างมีประสิทธิภาพ
- ยกกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนและพันธมิตรด้วยการสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value)
- เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นธรรมาภิบาล ความโปร่งใส และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

พัฒนาการที่สำคัญด้าน ESG ในปี 2569

- เดือนกุมภาพันธ์ 2569 PQS มีการพัฒนาด้าน ESG อย่างก้าวกระโดด โดยบริษัทได้ลงนามสัญญากับ **Sojitz Corporation** และบริษัทในเครือ **Kaset DX (KDX)** เพื่อร่วมมือในการพัฒนาเกษตรกรรมแป้งมันสำปะหลังอย่างยั่งยืนในพื้นที่ภาคอีสาน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว สะท้อนเจตนารมณ์ของ PQS ที่จะมุ่งสู่การเป็น **ผู้นำด้านการผลิตแป้งมันสำปะหลังคาร์บอนต่ำ (Low-carbon Starch) ภายในปี 2573** โดยโครงการนี้ยังเป็นหนึ่งในโครงการภายใต้ PQS Model ที่เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัทและเกษตรกรที่ปลูกมันสำปะหลัง ที่มุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ด้วยการใช้ปุ๋ยอย่างถูกต้องและคุ้มค่า เพื่อสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานวัตถุดิบของบริษัท
- บริษัทได้รับการประเมิน SET ESG Rating ในระดับ “A” ในปี 2568



การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

- ส่งเสริมเกษตรกรที่มีพื้นที่เพาะปลูกขนาด 20-100 ไร่ต่อราย ผ่านการสนับสนุนปัจจัยการผลิต การติดตามข้อมูลการเพาะปลูกแบบเรียลไทม์ และการบริหารจัดการเพื่อลดการใช้ปุ๋ยเกินความจำเป็น ช่วยเพิ่มผลผลิตต่อไร่ (Yield) ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และยกระดับห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Cassava Supply Chain) ให้สอดคล้องกับแนวทาง Responsible Sourcing และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมระดับสากล เช่น IFRS S2, GRI 305-5, EU Green Deal, CBAM และ Scope 3 Accounting พร้อมช่วยฟื้นฟูคุณภาพดินเพื่อการเพาะปลูกอย่างยั่งยืนในระยะยาว
- ดำเนินงานวิจัยและพัฒนาผ่านโครงการแปลงทดลองอัจฉริยะ (Experimental Plot & R&D) พื้นที่รวม 250 ไร่ โดยแบ่งเป็นแปลงย่อยเพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิต รวมถึงการกำหนดช่วงเวลาเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมในช่วง 8 - 10 เดือน เพื่อให้ได้หัวมันสำปะหลังที่มีคุณภาพและปริมาณแป้งสูงสุด
- กระจายท่อนพันธุ์ต้านทานโรคใบด่างสายพันธุ์อิทธิ 1, 2 และ 3 โดย ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2569 ได้ส่งมอบแล้วจำนวน 67,500 ลำ ครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูก 135 ไร่ ในจังหวัดมุกดาหาร กาฬสินธุ์ และสกลนคร

	ปี 2567	ปี 2568	ไตรมาส 1/2569
การปล่อยก๊าซเรือนกระจก (tCO ₂ e)	อยู่ระหว่างดำเนินการ	45,109	5,038
ปริมาณน้ำที่ใช้ต่อหน่วยการผลิต (m ³ / ton starch)	7.97	9.81	8.22
สัดส่วนพลังงานหมุนเวียนในกระบวนการผลิต (%)	48.77%	51.22%	49.65%

หมายเหตุ : ปี 2568 กลุ่มบริษัทมีขยายธุรกิจทำให้มีกิจกรรมการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการใช้พลังงาน และการใช้น้ำต่อหน่วยต้นแป้ง เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2567

ผลกระทบเชิงกลยุทธ์ต่อบริษัทจากการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม:

- ตลาดและลูกค้า:** ช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ของบริษัทสู่ตลาดที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มรายใหญ่ที่ตั้งเป้าลดการปล่อยคาร์บอน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน IFRS S2 และตัวชี้วัดของ GRI (เช่น GRI 305-5) ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีศักยภาพในการจำหน่ายในตลาดพรีเมียมและขยายฐานลูกค้าระดับสากล
- ประสิทธิภาพการดำเนินงาน:** บริษัทได้รับวัตถุดิบคุณภาพสูงและมีความสม่ำเสมอมากขึ้น ลดความผันผวนของต้นทุนการผลิต ทำให้สามารถจัดทำประมาณการทางการเงินได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น และช่วยให้บริหารกระแสเงินสดได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการลดความเสี่ยงด้านต้นทุนทางการเงินในระยะยาว

3. ความมั่นคงของซัพพลายเชน: ความมั่นคงของวัตถุดิบ (Supply Security) ที่เพิ่มขึ้น ช่วยให้บริษัทสามารถวางแผนการผลิตและการส่งมอบสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง รองรับการขยายตลาดในอนาคต และลดความเสี่ยงจากความผันผวนของวัตถุดิบซึ่งช่วยเสริม ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของแบรนด์ในตลาดโลก

การดำเนินงานด้านสังคม (Social)

- จัดทำโครงการส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) ให้กับเกษตรกร เพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการต้นทุนและผลผลิต ช่วยยกระดับรายได้ของเกษตรกรและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวในห่วงโซ่อุปทาน
- สนับสนุนการขยายพันธุ์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีการเพาะกล้ามันสำปะหลังแบบเร่งรัด (X20) เพื่อเพิ่มการเข้าถึงพันธุ์ที่มีศักยภาพต้านทานโรคและให้ผลผลิตดี
- จัดอบรมพนักงานเรื่อง Integrated Pest Management (IPM) การบริหารคุณภาพ (Quality Management) และการขับโพลีลิฟต์ เพื่อให้ความรู้กับพนักงาน และเสริมสร้างสภาพแวดล้อมขององค์กรให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- มีการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยในไตรมาส 1/2569 สถิติการทำงานของพนักงานและผู้รับเหมาไม่มีอุบัติเหตุจากการทำงานจนถึงขั้นเสียชีวิต

	ปี 2567	ปี 2568	ไตรมาส 1/2569
จำนวนชั่วโมงฝึกอบรมเฉลี่ยของพนักงาน (ชั่วโมง / คน)	10.6	7.2	14.2

ผลกระทบเชิงกลยุทธ์ต่อบริษัทจากการดำเนินงานด้านสังคม:

1. ความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน: บริษัทได้รับความไว้วางใจจากชุมชนซึ่งทำให้ได้รับความร่วมมือที่ดีในระยะยาว
2. โรงงานตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย: บริเวณโดยรอบโรงงานมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย ห่างไกลแหล่งยาเสพติด ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพนักงาน
3. พนักงานมีความสุขในการทำงาน: ลดต้นทุนในการจัดหาพนักงานใหม่
4. เสริมภาพลักษณ์องค์กร: บริษัทเป็นที่รู้จักในฐานะผู้ผลิตที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ช่วยสร้างแบรนด์ ผลักดันการขยายฐานลูกค้าในตลาดพรีเมียม และดึงดูดนักลงทุนที่มีศักยภาพ
5. มีพนักงานที่มีศักยภาพเข้ามาทำงานในบริษัท: บริษัทมีพนักงานที่มีศักยภาพเข้ามาทำงานในบริษัท ช่วยสร้างการเติบโตในระยะยาว



การดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล (Governance)

- ทบทวนกฎบัตรคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการทั้งหมดให้สอดคล้องกับมาตรฐานตลาดหลักทรัพย์ฯ และ IFRS S1/S2
- อนุมัตินโยบายการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ (BCP) เพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการรับมือกับความเสี่ยงที่อาจกระทบต่อการดำเนินงาน ตลอดจนเตรียมความพร้อมด้านการเปิดเผยข้อมูลความยั่งยืนตามมาตรฐาน ISSB และจัดทำแผนกลยุทธ์ด้าน Governance เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้าน ESG อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

	ปี 2567	ปี 2568	ไตรมาส 1/2569
CG Scoring	4 ดาว (ดีมาก)	5 ดาว (ดีเลิศ)	รอประกาศผลปี 2569
จำนวนการจับตอบรมด้านธรรมาภิบาล (จำนวนครั้งรวมทั้งตั้งแต่ต้นปี)	ไม่มี	1	ไม่มี

ผลกระทบต่อบริษัทจากการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาล:

1. **ความเชื่อมั่นจากเกษตรกรและลูกค้า:** บริษัทสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือที่ยั่งยืนระหว่างบริษัท และคู่ค้า รวมถึงเกษตรกร
2. **ประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร:** ผู้บริหารสามารถตัดสินใจด้วยข้อมูลที่ตรวจสอบได้ (Data-Driven Governance) ลดความเสี่ยงและความขัดแย้งภายในองค์กร
3. **บริษัทได้รับแจ้งข้อร้องเรียนอย่างถูกต้องทำให้แก้ไขสถานการณ์ได้ทันท่วงที:** บุคลากรในบริษัทมีความมั่นใจที่จะแจ้งข้อร้องเรียนได้อย่างปลอดภัยและไม่ถูกตอบโต้ (Non-Retaliation Policy) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการคุ้มครองสิทธิแรงงานและการบริหารความเสี่ยงเชิงธรรมาภิบาล
4. **พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กร:** พนักงานมีความมั่นใจในระบบประเมินผลงาน ได้รับโอกาสอย่างเท่าเทียม ส่งผลให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร และช่วยดึงดูดบุคลากรศักยภาพสูงเข้ามาร่วมงาน
5. **บริษัทมีการเติบโตที่ดีในระยะยาว:** การใช้ระบบที่มีความโปร่งใส มีข้อมูลและเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ จะช่วยสร้างการบริหารจัดการรวมถึงการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความผิดพลาด และสนับสนุนการเติบโตของบริษัทในระยะยาว รวมถึงได้รับความเชื่อมั่นจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย



ขอแสดงความนับถือ
นายปวินท์ เรืองวรบูรณ์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายบัญชีและการเงิน