

Thai Wah Public Company Limited

Creating Innovation and Sustainability from Farm to Shelf

คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 2/2569

10 สิงหาคม 2569





คำอธิบายและบทวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ (MD&A)

ผลการดำเนินงานไตรมาส 2/2569 และครึ่งปีแรกของปี 2569

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน) (“TWPC”) ยังคงแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งในการดำเนินธุรกิจไตรมาส 2 ปี 2569 แม้ต้นทุนหัวมันสำปะหลังปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากภาวะอุปทานหัวมันที่ตึงตัว อันเป็นผลมาจากภัยแล้ง การแพร่ระบาดของโรคใบด่างมันสำปะหลัง และอัตราการปลูกทดแทนในปีก่อนที่อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นปัจจัยกดดันหลักต่อผลประกอบการในไตรมาสนี้ นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสามารถรับมือกับความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิหร่านที่ยังคงดำเนินอยู่ โดยผลกระทบยังอยู่ในระดับที่บริหารจัดการได้ สอดคล้องกับแผนบรรเทาความเสี่ยงที่ฝ่ายบริหารได้ดำเนินการมาตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2569

รายได้รวมในไตรมาส 2 ปี 2569 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 2,343.2 ล้านบาท ขณะที่รายได้รวมในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 มาอยู่ที่ 4,762.1 ล้านบาท โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการเติบโตของปริมาณการจำหน่ายในทุกกลุ่มธุรกิจ กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ในไตรมาส 2 ปี 2569 อยู่ที่ 18.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 73.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 อยู่ที่ 139.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ธุรกิจอาหารของบริษัทฯ มีอัตรากำไรปรับตัวดีขึ้นอย่างแข็งแกร่งเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยสัดส่วนกำไรขั้นต้นจากธุรกิจอาหารต่อกำไรขั้นต้นรวมของกลุ่มบริษัทเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากร้อยละ 46.8 ในไตรมาส 2 ปี 2568 เป็นร้อยละ 60.0 ในไตรมาส 2 ปี 2569 และอยู่ที่ร้อยละ 51.6 ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 เมื่อรวมกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ธุรกิจอาหารและกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) มีสัดส่วนรวมกันคิดเป็นร้อยละ 79.5 ของกำไรขั้นต้นรวมของกลุ่มบริษัทในไตรมาส 2 ปี 2569 และร้อยละ 71.5 ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ทั้งนี้ อัตรากำไรของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ได้รับแรงกดดันน้อยกว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์แป้งดิบอย่างชัดเจน สะท้อนถึงการปรับพอร์ตธุรกิจของกลุ่มบริษัทไปสู่กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงอย่างต่อเนื่อง





ธุรกิจแป้งยังคงแสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งในการดำเนินงานเชิงพาณิชย์ โดยปริมาณการจำหน่ายในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นำโดยกลุ่มผลิตภัณฑ์แป้งดิบและกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ซึ่งต่างมีปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 การเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ในช่วงครึ่งแรกของปีได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายการใช้งานผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งในภูมิภาคเดิมและภูมิภาคใหม่

กรอบการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกและแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (Business Continuity Planning: BCP) ซึ่งบริษัท ดำเนินการมาตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2569 ยังคงช่วยลดผลกระทบที่รุนแรงจากความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ต่อการดำเนินงานตลอดไตรมาส 2 ปี 2569 และคาดว่าจะสามารถรองรับสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่องจนถึงสิ้นปี กลยุทธ์การจัดหาวัตถุดิบจากหลายภูมิภาคควบคู่กับการจัดหาวัตถุดิบล่วงหน้า ช่วยสร้างกลไกป้องกันความเสี่ยงเชิงโครงสร้าง แทนการควบคุมต้นทุนเฉพาะหน้าในระหว่างไตรมาส

บรรจุมันยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงด้านต้นทุนที่สำคัญ โดยต้นทุนเม็ดพลาสติก ฟิล์ม และพอลิเมอร์ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผลกระทบบางส่วนได้รับการบรรเทาจากกลยุทธ์การจัดหาวัตถุดิบจากหลายภูมิภาค ขณะที่ผลกระทบส่วนที่เหลือจากความขัดแย้งยังคงอยู่ในขอบเขตที่คาดการณ์และบริหารจัดการได้

ในด้านการดำเนินงานเชิงพาณิชย์ ธุรกิจอาหารในประเทศเวียดนามของ TWV ยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยปริมาณการจำหน่ายเพิ่มขึ้น และยอดขายเติบโตในระดับเลขสองหลักในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ตอกย้ำบทบาทของ TWV ในฐานะกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตของ TWPC

สำหรับแนวโน้มในอนาคต การเกิดขึ้นพร้อมกันของความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ ความเสี่ยงจากภาวะซูเปอร์เอเลนีโอ และต้นทุนปัจจัยการผลิตที่อยู่ในระดับสูง จะทำให้บริษัทฯ ต้องรักษาความคล่องตัวในการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การกระจายพอร์ตธุรกิจไปสู่ธุรกิจอาหารและกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ประกอบกับความแข็งแกร่งของ TWV จะช่วยเสริมสร้างการกระจายฐานกำไรในระยะยาวของ TWPC ภายใต้เป้าหมาย TW 2030



พัฒนาการที่สำคัญประจำไตรมาส 2/2569

TWPC มุ่งสร้างระบบอาหารที่มีความยืดหยุ่นและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อชุมชน ลูกค้า และคนรุ่นต่อไป ผ่านความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับบริษัทอาหารชั้นนำระดับโลกและผู้พัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรม โดยผสานองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์อาหารเข้ากับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในทุกห่วงโซ่ของระบบคุณค่าอาหาร และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมายทั่วทั้งระบบนิเวศทางธุรกิจของบริษัทฯ

- **8 เมษายน 2569:** TWPC จัดตั้งบริษัทย่อยแห่งใหม่ในสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อประกอบธุรกิจผลิตนำเข้า ส่งออก และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร โดยเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ China 2.0 ของบริษัทฯ ซึ่งมุ่งขยายกำลังการผลิตในประเทศจีน เพื่อรองรับความต้องการผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ที่เพิ่มขึ้น
- **9 เมษายน 2569:** TWPC เปิดเผยแผนงาน JUMP+ ภายใต้โครงการยกระดับการสร้างมูลค่าของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมุ่งเน้น 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ การปรับโครงสร้างพอร์ตธุรกิจไปสู่ธุรกิจอาหารและผลิตภัณฑ์ HVA การเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนตลอดห่วงโซ่คุณค่า และการสร้างแพลตฟอร์มการเติบโตใหม่ในประเทศจีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย โดยตั้งเป้าหมาย EBITDA ที่ 1,050 ล้านบาทภายในปี 2571
- **22 เมษายน 2569:** ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569 มีมติอนุมัติวาระการจ่ายเงินปันผลในอัตรา 0.114 บาทต่อหุ้น โดยกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 20 พฤษภาคม 2569
- **27 พฤษภาคม 2569:** นายโฮ เรน ฮวา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร พร้อมด้วยคณะผู้บริหาร TWPC เข้าร่วมงาน THAIFEX-ANUGA ASIA 2026 โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารนวัตกรรมอย่างครบครัน พร้อมเปิดตัวเมนูใหม่ ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยวเรือพริกคั่วและขนมเส้นกรอบ ภายใต้แบรนด์กิกิเลนคู่
- **31 พฤษภาคม 2569:** TWPC เปิดตัวผลิตภัณฑ์รสชาติเผ็ดใหม่ภายใต้แบรนด์ Double Dragon Ready ได้แก่ “ก๋วยเตี๋ยวเรือพริกคั่ว” เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่
- **8 มิถุนายน 2569:** TWPC ได้รับการรับรองเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) ของประเทศไทย ขณะที่บริษัท ไทยวา ฟู้ด จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อย ได้รับการ



รับรองเครื่องหมายคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product: CFP) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ TGO

- 11 มิถุนายน 2569: สถาบันไทยพัฒน์จัดให้ TWPC เป็นหนึ่งใน 8 บริษัทที่ได้รับคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อ “ESG Turnaround” ประจำปี 2569 โดยสะท้อนถึงแนวโน้มการฟื้นตัวของผลประกอบการที่ชัดเจน ซึ่งได้รับแรงสนับสนุนจากปัจจัยด้าน ESG



ภาพที่ 1: ที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2569
มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผล



ภาพที่ 2: การเปิดตัวผลิตภัณฑ์นวัตกรรมภายใต้แบรนด์
กิเลนคู่ในงาน THAIFEX-ANUGA ASIA 2026



ภาพที่ 3: TWPC เปิดตัวผลิตภัณฑ์รสชาติเผ็ดใหม่ภายใต้
แบรนด์กิเลนคู่ ได้แก่ “เส้นหมี่ก้วยเตี๋ยวเรือพริกคั่ว”



ภาพที่ 4: โรงงานของ TWPC ที่อำเภอน้ำโสม จังหวัด
อุดรธานี ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของ
ผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product)



ภาพรวมธุรกิจและอุตสาหกรรม

- **ภาวะตลาดมันสำปะหลังและผลการดำเนินงานของธุรกิจแป้ง ปี 2569 และแนวโน้ม**

อุปทานหัวมันสำปะหลังของประเทศไทยยังคงอยู่ในภาวะตึงตัวในไตรมาส 2 ปี 2569 เนื่องจากผลกระทบต่อเนื่องจากภัยแล้งที่เกิดจากปรากฏการณ์เอลนีโญในช่วงปี 2566–2567 ประกอบกับการแพร่ระบาดของโรคใบด่างมันสำปะหลัง (Cassava Mosaic Disease: CMD) ซึ่งส่งผลให้พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตต่อไร่ลดลง โดยโรค CMD ส่งผลกระทบต่อพื้นที่เพาะปลูกประมาณร้อยละ 10 ของพื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลังของประเทศไทยที่มีอยู่ทั้งหมด 9.32 ล้านไร่ ขณะที่พื้นที่เก็บเกี่ยวตลอดปีเพาะปลูก 2568/2569 ลดลงประมาณร้อยละ 6 เมื่อเทียบกับความต้องการใช้ทั้งในประเทศและเพื่อการส่งออกรวมกันที่ประมาณ 38–40 ล้านตันต่อปี จากการแข่งขันของผู้ประกอบการแปรรูปในการจัดหาหัวมันสำปะหลังที่มีปริมาณจำกัดมากขึ้น ส่งผลให้ราคาหัวมันสำปะหลังสดในประเทศไทยปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น 2.59 บาทต่อกิโลกรัม หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน และผลักดันให้ราคาแป้งมันสำปะหลังในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 19.50 บาทต่อกิโลกรัม หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.0 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน ขณะที่ราคาส่งออกแบบ FOB ปรับตัวเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน มาอยู่ที่ 630.83 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.9 เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อน

ความเสี่ยงจากการกลับมาของปรากฏการณ์เอลนีโญในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 ต่อเนื่องถึงปี 2570 อาจทำให้แรงกดดันดังกล่าวยืดเยื้อออกไป ทั้งนี้ TWPC บริหารจัดการความเสี่ยงผ่านการจัดหาวัตถุดิบจากหลายภูมิภาคและการเพิ่มระดับสินค้าคงเหลือเชิงรุก

ภายใต้ภาวะตลาดดังกล่าว กลุ่มบริษัทไทยวามียอดขายรวมจากธุรกิจแป้งจำนวน 1,656.8 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2569 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ปริมาณการจำหน่ายลดลงร้อยละ 8.4 โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์แป้งดิบมีปริมาณการจำหน่ายลดลงร้อยละ 13.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) มีปริมาณการจำหน่ายทรงตัว โดยเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 0.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการขยายการใช้งานผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและการบริหารจัดการราคาอย่างมีวินัย

- **แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารไทย อาหารพร้อมรับประทาน (RTE) และโมเดิร์นเทรด และตลาดในประเทศยังคงแข็งแกร่ง ขณะที่ตลาดส่งออกเผชิญแรงกดดันระยะสั้นจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง** วิจัยกรุงศรีคาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดร้านอาหารและธุรกิจบริการอาหารของไทยจะอยู่ที่ 350,000–





390,000 ล้านบาทในช่วงปี 2569–2571 โดยเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.9–3.9 ต่อปี ขณะที่อาหารและเครื่องดื่มยังคงมีส่วนร้อยละ 42.6 ของค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของภาคครัวเรือน

การส่งออกอาหารไทยชะลอตัวในช่วงต้นปี 2569 โดยในช่วงสองเดือนแรกของปีมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 10.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (สถาบันอาหาร เดือนเมษายน 2569) ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความขัดแย้งในตะวันออกกลางและค่าเงินบาทที่แข็งค่า อย่างไรก็ตาม ข้อมูลการค้าล่าสุดบ่งชี้ว่าผลกระทบอาจไม่รุนแรงเท่าที่ประเมินไว้ในช่วงแรก โดยตัวเลขการส่งออกสินค้าเกษตรโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องจนถึงช่วงกลางปี 2569

แม้จะเผชิญผลกระทบในระยะสั้น แต่โอกาสการเติบโตในระยะยาวยังคงแข็งแกร่ง โดยคาดว่าจะการค้าอาหารทั่วโลกจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5–6 ต่อปีจนถึงปี 2577 ขณะที่กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแห่งอนาคต (Future Food) ของไทยเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 11.1 ต่อปีนับตั้งแต่ปี 2563 ด้วยฐานตลาดส่งออกที่กระจายตัวในหลากหลายประเทศ ประกอบกับพอร์ตผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน (RTE) และอาหารพร้อมปรุง (RTC) ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง TWPC จึงมีความพร้อมในการคว้าโอกาสจากการฟื้นตัวในระยะยาวดังกล่าว

- **แนวโน้มต้นทุนหวัมน้ำส้มและภาวะซูเปอร์เอลนีโญ: ต้นทุนหวัมน้ำส้มที่ยังอยู่ในระดับสูงในปี 2569 เป็นผลกระทบต่อเนื่องจากภัยแล้งที่เกิดจากปรากฏการณ์เอลนีโญในช่วงปี 2566–2567** ซึ่งส่งผลให้ผลผลิตมันสำปะหลังต่อไร่ของไทยลดลงแตะระดับต่ำสุดในรอบทศวรรษภายในปี 2567 ประกอบกับการแพร่ระบาดของอย่างต่อเนื่องของโรคใบด่างมันสำปะหลัง (Cassava Mosaic Disease: CMD) นอกจากนี้ยังมีความเสี่ยงใหม่ที่อาจรุนแรงยิ่งขึ้น โดย NOAA คาดการณ์ว่ามีโอกาสร้อยละ 81 ที่จะเกิดปรากฏการณ์เอลนีโญระดับรุนแรงมากในช่วงเดือนตุลาคม–ธันวาคม 2569 ซึ่งอาจรุนแรงที่สุดนับตั้งแต่ปี 2493 ขณะที่กรมอุตุนิยมวิทยาคาดการณ์ว่าปริมาณฝนอาจลดลงอย่างน้อยร้อยละ 10 ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2569 ต่อเนื่องถึงช่วงต้นปี 2570

Krungthai COMPASS ประเมินว่าเหตุการณ์ดังกล่าวอาจสร้างความเสียหายต่อภาคเกษตรกรรมไทยประมาณ 62,000 ล้านบาท โดยเฉพาะผลผลิตมันสำปะหลังที่คาดว่าจะลดลง 3.1 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าความเสียหายประมาณ 8,100 ล้านบาท ผลกระทบดังกล่าวมีลักษณะเชิงโครงสร้าง เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกของประเทศไทยมากกว่าร้อยละ 80 อยู่นอกเขตชลประทาน ส่งผลให้อุปทานมันสำปะหลังมีความเสี่ยงสูงต่อภาวะฝนทิ้งช่วง



อย่างไรก็ตาม ด้วยศักยภาพการดำเนินงานที่ครอบคลุมหลายภูมิภาคในประเทศไทย กัมพูชา และเวียดนาม ตลอดจนโครงการเกษตรพันธสัญญาและระบบติดตามผลผลิต TWPC จึงมีความพร้อมในการบริหารจัดการความเสี่ยงดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากสถานการณ์เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

- สำหรับแนวโน้มในครึ่งหลังของปี 2569 ภาวะอุปทานมีแนวโน้มตึงตัวมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยคาดว่าประเทศไทยจะมีผลผลิตมันสำปะหลังในปีเพาะปลูก 2569 ประมาณ 22 ล้านตัน ขณะที่ความต้องการใช้เพื่อการแปรรูปของอุตสาหกรรมอยู่ที่ประมาณ 37 ล้านตัน สะท้อนถึงภาวะขาดแคลนเชิงโครงสร้าง ซึ่งเริ่มส่งผลให้ราคารับซื้อหน้าไร่ปรับตัวสูงขึ้นแล้ว ทั้งนี้ คาดว่าราคาหัวมันสำปะหลังสดจะเพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 3.00 บาทต่อกิโลกรัมในปี 2569 หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 25 จากราคาเฉลี่ยในปี 2568

ตารางสรุปงบกำไรขาดทุนรวม

ผลประกอบการทางการเงินสำหรับประจำไตรมาส 2/2569 และครึ่งปีแรกของปี 2569

หน่วย: ล้านบาท	Q2'68	Q2'69	%YoY	6M68	6M69	%YoY
รายได้จากการขาย	2,300.9	2,343.2	1.8%	4,599.7	4,762.1	3.5%
ต้นทุนขาย	1,813.8	1,955.2	7.8%	3,550.7	3,860.9	8.7%
กำไรขั้นต้น	487.1	388.0	(20.3%)	1,049.0	901.2	(14.1%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร	409.8	394.8	(3.7%)	845.6	765.3	(9.5%)
รายได้อื่นๆ ⁽¹⁾	21.6	23.2	7.4%	52.1	65.3	25.3%
กำไร (ขาดทุน) จากการวัดมูลค่าทรัพย์สินของตราสารอนุพันธ์	2.2	6.0	172.7%	(2.8)	2.5	189.3%
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงาน (EBIT)	106.7	22.4	79.0%	258.3	203.7	(21.1%)
กำไร (ขาดทุน) จากการดำเนินงานปกติ (Core EBIT) ⁽²⁾	101.1	22.4	77.8%	271.7	203.7	(25.0%)
EBITDA	216.8	139.0	(35.9%)	483.0	432.9	(10.4%)
Core EBITDA ⁽²⁾	216.8	139.0	(35.9%)	502.0	432.9	(13.8%)
กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด	61.9	(1.1)	(101.8%)	146.7	139.5	(4.9%)
กำไร (ขาดทุน) ส่วนที่เป็นของบริษัท	67.6	18.1	(73.2%)	138.3	139.3	0.7%
อัตราส่วนการเงินที่สำคัญ (%)						
อัตรากำไรขั้นต้น	21.2%	16.6%	(4.6%)	22.8%	18.9%	(3.9%)
SG&A ต่อรายได้การขาย	17.8%	16.8%	(1.0%)	18.4%	16.1%	(2.3%)
EBIT Margin	4.6%	1.0%	(3.6%)	5.6%	4.3%	(1.3%)
EBITDA Margin	9.4%	5.9%	(3.5%)	10.5%	9.1%	(1.4%)
อัตราส่วนกำไรสุทธิสำหรับงวด	2.7%	(0.0%)	(2.7%)	3.2%	2.9%	(0.3%)
อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อส่วนที่เป็นของบริษัท	2.9%	0.8%	(2.1%)	3.0%	2.9%	(0.1%)

⁽¹⁾ ประกอบด้วยกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิ

⁽²⁾ ไม่รวมรายการกำไร/(ขาดทุน) จากการปรับโครงสร้างทางธุรกิจ

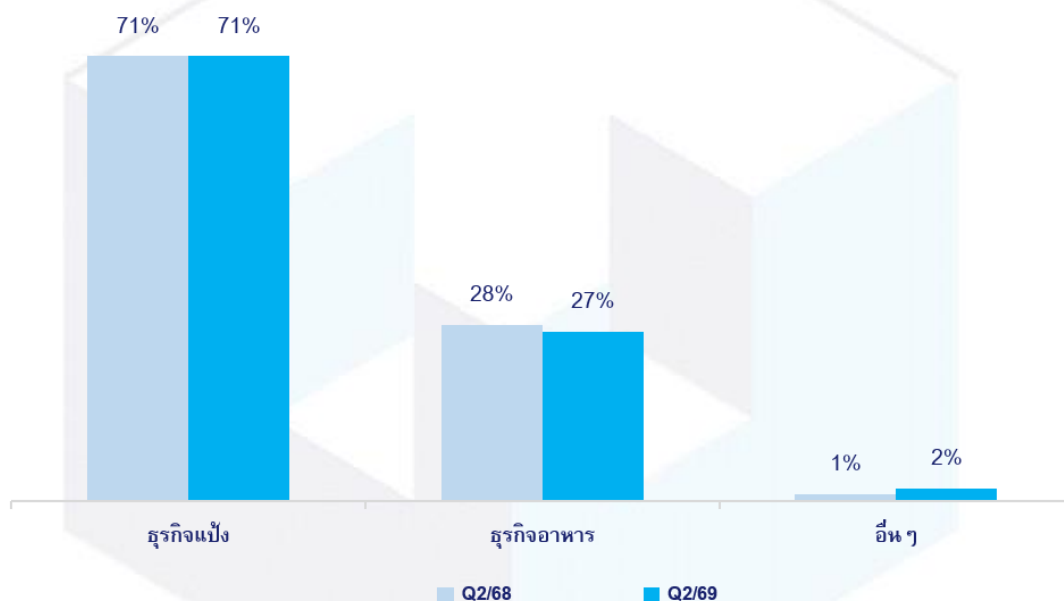




สัดส่วนยอดขายตามประเภทธุรกิจประจำไตรมาส 2/2569 และครึ่งปีแรกของปี 2569

หน่วย: ล้านบาท	Q2'68	Q2'69	%YoY	6M68	6M69	%YoY
รายได้รวม	2,300.9	2,343.2	1.8%	4,599.7	4,762.1	3.5%
ธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง	1,634.4	1,656.8	1.4%	3,262.8	3,384.7	3.7%
แป้งมันสำปะหลัง (Native Starch)	803.6	867.5	8.0%	1,667.4	1,867.4	12.0%
ผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA)	830.8	789.3	(5.0%)	1,595.4	1,517.3	(4.9%)
ธุรกิจอาหาร	646.6	647.4	0.1%	1,279.6	1,296.7	1.3%
อื่นๆ	19.9	39.0	96.0%	57.3	80.7	40.9%

การเปลี่ยนแปลงสัดส่วนยอดขายไตรมาส 2/2568 vs 2569



สรุปผลการดำเนินงานสำหรับไตรมาส 2/2569 และครึ่งปีแรกของปี 2569

ในไตรมาส 2 ปี 2569 TWPC มีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่จำนวน 18.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 73.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากจำนวน 67.6 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2568 เนื่องจากอัตราค่าไถ่ขั้นต่ำลดลงจากร้อยละ 21.2 มาอยู่ที่ร้อยละ 16.6 โดยได้รับผลกระทบตลอดทั้งไตรมาสจากความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯและอิหร่าน รวมถึงต้นทุนหัวมันสำปะหลังที่เพิ่มขึ้นอย่างมากซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนขาย ขณะที่รายได้จากการขายรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนมาอยู่ที่ 2,343.2 ล้านบาท





ธุรกิจอาหารมีรายได้ทรงตัวในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ 647.4 ล้านบาท ขณะที่ธุรกิจในประเทศ เวียดนามของบริษัทฯ ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่วนธุรกิจแป้งมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 1,656.8 ล้านบาท ทั้งนี้ฐานเปรียบเทียบของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ในปีก่อนได้รับปัจจัยสนับสนุนจากรอบสัญญาผลิตภัณฑ์กลูโคสและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่เชื้ออำนวยการในปี 2568 หากไม่รวมผลกระทบดังกล่าว การเติบโตพื้นฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) และธุรกิจแป้งยังคงเป็นไปตามแผน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 394.8 ล้านบาท สะท้อนถึงการดำเนินมาตรการประหยัดต้นทุนอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ต้นทุนทางการเงินลดลงร้อยละ 35.4 มาอยู่ที่ 8.8 ล้านบาท จากการปรับโครงสร้างพอร์ตหนี้อย่างต่อเนื่องไปสู่งานกู้ยืมระยะสั้นที่มีต้นทุนต่ำกว่า อย่างไรก็ตามอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (IBD/E) เพิ่มขึ้นจาก 0.26 เท่า เป็น 0.34 เท่า เนื่องจากบริษัทฯ ได้เพิ่มระดับสินค้าคงเหลือและเงินทุนหมุนเวียนเชิงรุก เพื่อสร้างความมั่นคงด้านการจัดหาวัตถุดิบสำหรับครึ่งหลังของปี 2569

สำหรับงวดครึ่งแรกของปี 2569 TWPC มีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่จำนวน 139.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากจำนวน 138.3 ล้านบาทในครึ่งแรกของปี 2568 รายได้จากการขายรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 มาอยู่ที่ 4,762.1 ล้านบาท อย่างไรก็ตามอัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 22.8 มาอยู่ที่ร้อยละ 18.9 จากแรงกดดันด้านต้นทุนหัวมันสำปะหลัง ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับงวดสะสมตั้งแต่ต้นปียังคงได้รับการควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยลดลงร้อยละ 9.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ลดลง

ผลการดำเนินงานกลุ่มธุรกิจอาหาร

ในไตรมาส 2 ปี 2569 ธุรกิจอาหารมีรายได้ทรงตัวในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ 647.4 ล้านบาท เทียบกับ 646.6 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2568 บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 รายการภายใต้แบรนด์กิเลนคู่ ได้แก่ เส้นหมี่ก๋วยเตี๋ยวเรือพริกคั่ว และขนมเส้นกรอบหนวดมังกรภายในงาน THAIFEX-Anuga Asia 2026



กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทาน (RTE) ยังคงเติบโตทั้งในด้านปริมาณการขายและอัตรากำไรขั้นต้น ขณะที่มาตรการลดต้นทุนซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2569 ช่วยสนับสนุนการปรับตัวดีขึ้นของอัตรากำไรเพิ่มเติม นอกจากนี้ ธุรกิจอาหารในประเทศเวียดนามยังคงมีทิศทางเติบโตที่ดี โดยมีส่วนช่วยสร้างการเติบโตเพิ่มเติมและสะท้อนถึงศักยภาพของกลยุทธ์การขายธุรกิจในระดับภูมิภาคของบริษัทฯ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจอาหารในไตรมาส 2 ปี 2569 เพิ่มขึ้น 86 จุดพื้นฐานเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ด้วยการขยายเครือข่ายการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากขึ้นทั้งในประเทศและตลาดภูมิภาค ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง ธุรกิจอาหารจึงยังคงมีศักยภาพในการเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการเติบโตของพอร์ตธุรกิจ TWPC

สำหรับงวดครึ่งแรกของปี 2569 ธุรกิจอาหารมีรายได้รวม 1,296.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์กิลเลนคู่ ตลอดจนการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจอาหารในประเทศเวียดนาม ผลการดำเนินงานดังกล่าวสะท้อนถึงประสิทธิภาพของกระบวนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ และตอกย้ำถึงความสามารถในการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง





ผลการดำเนินงานกลุ่มธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง

ในไตรมาส 2 ปี 2569 ธุรกิจแป้งของ TWPC มีรายได้ 1,656.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยรายได้จากแป้งดิบเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.0 เป็น 867.5 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม กำไรขั้นต้นได้รับแรงกดดันจากต้นทุนหัวมันสำปะหลังที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากในระหว่างไตรมาส

กลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) มีรายได้ 789.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากฐานรายได้ในปีก่อนได้รับปัจจัยสนับสนุนจากรอบสัญญาผลิตภัณฑ์กลูโคสและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่เอื้ออำนวยในปี 2568 หากไม่รวมผลกระทบดังกล่าว การเติบโตพื้นฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) และธุรกิจแป้งยังคงเป็นไปตามแผน

บริษัทฯ เดินหน้ากลยุทธ์การยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ 3 ระดับอย่างต่อเนื่อง โดยปรับเปลี่ยนพอร์ตจากแป้งดัดแปรที่เป็นสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่ผลิตภัณฑ์ผสมชั้นกลางและผลิตภัณฑ์พรีเมียมที่มีอัตรากำไรสูงขึ้น ควบคู่กับการขยายการใช้งานผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น กลยุทธ์ดังกล่าวช่วยเสริมศักยภาพของพอร์ตผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและสนับสนุนการเติบโตของความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว

สำหรับงวดครึ่งแรกของปี 2569 ปริมาณการจำหน่ายแป้งดิบและผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนในแต่ละกลุ่ม สะท้อนถึงอุปสงค์พื้นฐานที่ยังคงมีเสถียรภาพ ธุรกิจแป้งมีรายได้ 3,384.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 จาก 3,262.8 ล้านบาทในครึ่งแรกของปี 2568 ขณะที่กำไรขั้นต้นได้รับแรงกดดันจากต้นทุนหัวมันสำปะหลังที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในระหว่างงวด

ทั้งนี้ ฐานเปรียบเทียบของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) ในปีก่อนได้รับปัจจัยสนับสนุนจากรอบสัญญาผลิตภัณฑ์กลูโคสและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่เอื้ออำนวยในปี 2568 หากไม่นับรวมผลกระทบดังกล่าว ปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) และธุรกิจแป้งยังคงมีทิศทางที่ดีอย่างต่อเนื่อง

กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้น

ในไตรมาส 2 ปี 2569 กำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 20.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 388.0 ล้านบาท ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 21.2 ในไตรมาส 2 ปี 2568 มาอยู่ที่ร้อยละ 16.6 โดยมีสาเหตุหลักจากต้นทุน





ห้วมันสำปะหลังที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมาก ท่ามกลางภาวะอุปทานภายในประเทศที่ตึงตัว ประกอบกับผลกระทบจากความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ และอิหร่านในระหว่างไตรมาส อย่างไรก็ตามการเพิ่มประสิทธิภาพด้านต้นทุนในกระบวนการผลิตช่วยบรรเทาผลกระทบดังกล่าวได้บางส่วน

สำหรับงวดครึ่งแรกของปี 2569 ธุรกิจอาหารยังคงรักษาแนวโน้มการปรับตัวดีขึ้นของอัตรากำไร โดยมีสัดส่วนกำไรขั้นต้นต่อกำไรขั้นต้นรวมของกลุ่มบริษัทอยู่ที่ร้อยละ 51.6 ขณะที่กำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 14.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 901.2 ล้านบาท และอัตรากำไรขั้นต้นลดลงจากร้อยละ 22.8 ในครึ่งแรกของปี 2568 มาอยู่ที่ร้อยละ 18.9 เนื่องจากต้นทุนห้วมันสำปะหลังที่อยู่ในระดับสูงส่งผลกระทบต่อธุรกิจแป้ง

ค่าใช้จ่ายในการขาย จัดจำหน่าย และบริหาร

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยลดลงร้อยละ 3.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จาก 409.8 ล้านบาท เป็น 394.8 ล้านบาท ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายสุทธิปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 17.8 เป็นร้อยละ 16.8 การลดลงดังกล่าวมีสาเหตุหลักจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ลดลงร้อยละ 17.8 มาอยู่ที่ 148.8 ล้านบาท สะท้อนถึงการควบคุมต้นทุนอย่างต่อเนื่องและประสิทธิภาพขององค์กรที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัจจัยดังกล่าวถูกชดเชยบางส่วนจากค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.6 เป็น 246.0 ล้านบาท เนื่องจากต้นทุนการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณการขายของธุรกิจอาหาร

สำหรับงวดครึ่งแรกของปี 2569 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงร้อยละ 9.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน มาอยู่ที่ 765.3 ล้านบาท ส่งผลให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายสุทธิปรับตัวดีขึ้นจากร้อยละ 18.4 เป็นร้อยละ 16.1 โดยค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงร้อยละ 23.7 มาอยู่ที่ 285.9 ล้านบาท ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.8 มาอยู่ที่ 479.4 ล้านบาท



กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่จำนวน 18.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 73.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากจำนวน 67.6 ล้านบาทในไตรมาส 2 ปี 2568 ขณะที่อัตรากำไรสุทธิลดลงจากร้อยละ 2.9 เป็นร้อยละ 0.8 โดยมีสาเหตุหลักจากผลกระทบของความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ และอิหร่านที่เกิดขึ้นตลอดทั้งไตรมาส รวมถึงต้นทุนหัวมันสำปะหลังที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ผลกระทบดังกล่าวได้รับการชดเชยบางส่วนจากการดำเนินงานด้านประสิทธิภาพต้นทุนอย่างต่อเนื่องและความแข็งแกร่งของธุรกิจอาหาร

สำหรับงวดครึ่งแรกของปี 2569 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัทใหญ่จำนวน 139.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากจำนวน 138.3 ล้านบาทในครึ่งแรกของปี 2568 โดยอัตรากำไรสุทธิทรงตัวในระดับใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 2.9 เทียบกับร้อยละ 3.0 ในช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ TW 2030 อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนความแข็งแกร่งของธุรกิจอาหาร

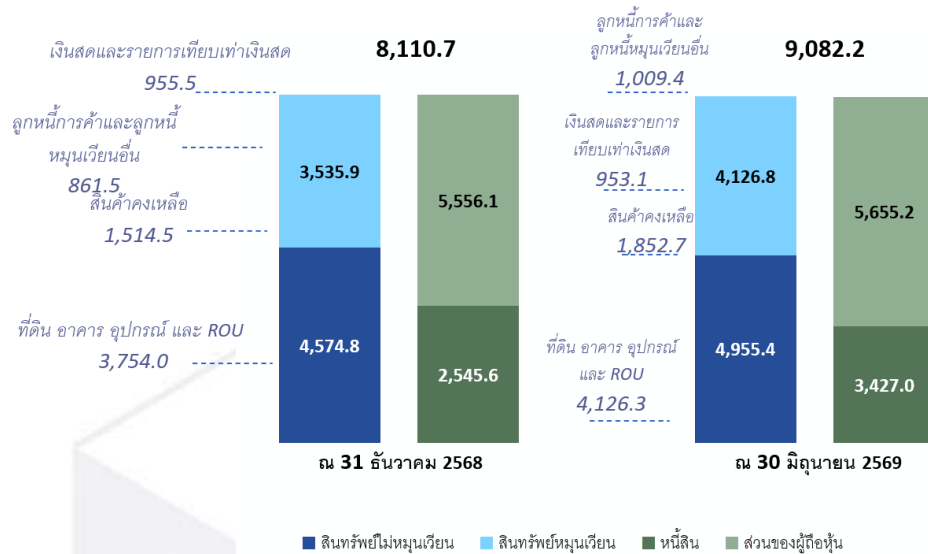
บริษัทฯ ยังคงมุ่งรักษาแรงขับเคลื่อนทางธุรกิจผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การควบคุมต้นทุนอย่างมีวินัย และการขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์ที่สร้างผลกำไร พร้อมรับมือกับปัจจัยท้าทายจากต้นทุนหัวมันสำปะหลังที่อยู่ในระดับสูง ผลกระทบจากความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ และอิหร่าน รวมถึงความเสี่ยงที่เริ่มปรากฏจากภาวะซูเปอร์เอเลี่ยนไญ์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อปริมาณผลผลิตมันสำปะหลัง

ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังคงใช้กรอบการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การจัดหาวัตถุดิบจากหลายภูมิภาค การบริหารระดับสินค้าคงเหลือเชิงกลยุทธ์ และการจัดหาวัตถุดิบล่วงหน้า เพื่อบริหารความผันผวนของตลาดและสร้างความมั่นใจว่าสามารถจัดหาวัตถุดิบหลักได้อย่างมีประสิทธิภาพ



การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินของบริษัท

หน่วย: ล้านบาท



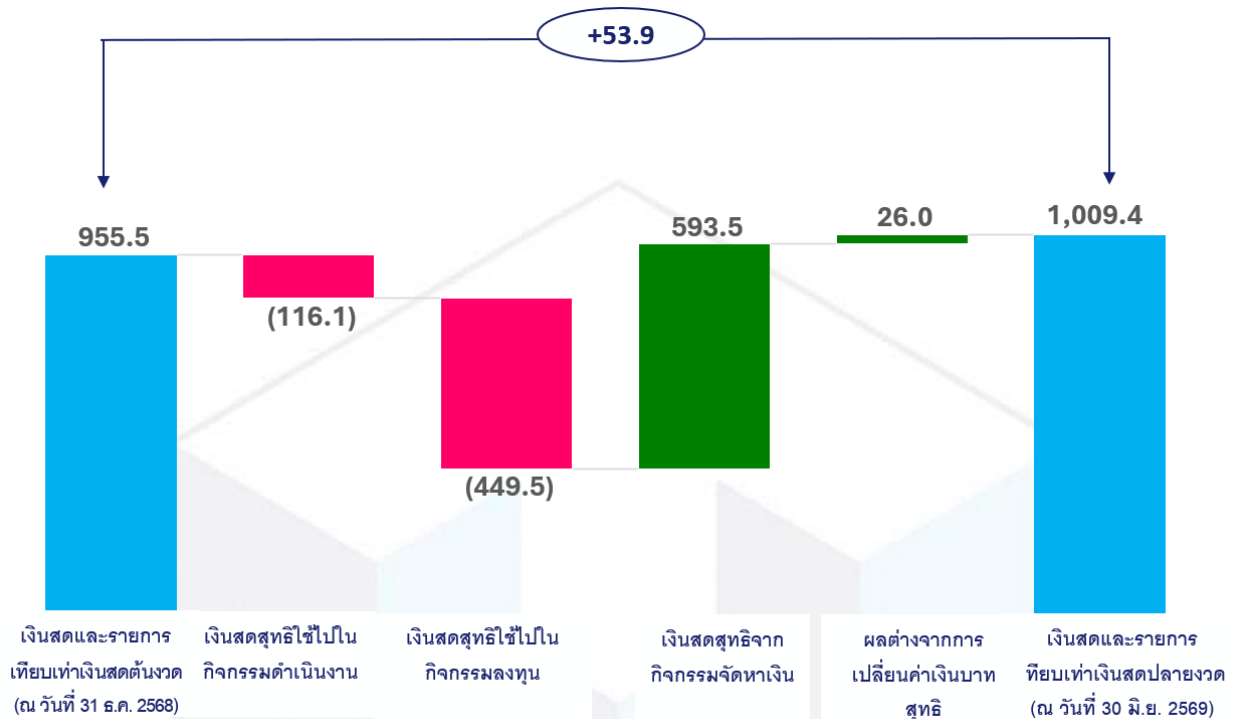
ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมจำนวน 9,082.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 971.5 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.0 จากจำนวน 8,110.7 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากสินทรัพย์หมุนเวียนที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินทรัพย์ทางการเงินซึ่งเพิ่มขึ้น 338.2 ล้านบาท การเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ทางการเงินเป็นผลจากปริมาณสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบที่สูงขึ้น เพื่อรองรับยอดขายในอนาคตและลดความเสี่ยงด้านห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงต้นทุนต่อหน่วยที่เพิ่มขึ้นตามราคามันสำปะหลังที่ปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้หมุนเวียนอื่นเพิ่มขึ้น 91.6 ล้านบาท สอดคล้องกับการเติบโตของยอดขายในไตรมาส 2 ปี 2569 ขณะเดียวกัน ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ รวมถึงสินทรัพย์สิทธิการใช้ เพิ่มขึ้น 372.3 ล้านบาท เพื่อรองรับการขยายธุรกิจและเพิ่มกำลังการผลิตของบริษัทฯ

บริษัทฯ มีหนี้สินรวมจำนวน 3,427.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 881.4 ล้านบาท หรือร้อยละ 34.6 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีสาเหตุหลักจากเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินที่เพิ่มขึ้น 732.5 ล้านบาท เพื่อรองรับรายจ่ายลงทุนและเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ

ส่วนของผู้ถือหุ้นรวมอยู่ที่ 5,655.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 90.1 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.6 จาก ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568 โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรสุทธิสำหรับงวดดังกล่าว

การวิเคราะห์กระแสเงินสด

หน่วย: ล้านบาท



ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดจำนวน 1,009.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 53.9 ล้านบาท จากจำนวน 955.5 ล้านบาท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568

สำหรับงวดหกเดือนสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 116.1 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากเงินทุนหมุนเวียนสุทธิที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือ

บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 449.5 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการลงทุนในที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและการขยายธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 593.5 ล้านบาท โดยมีสาเหตุหลักจากการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน



การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	Q2-68	Q2-69	1H-68	1H-69
อัตรากำไรขั้นต้น	21.2%	16.6%	22.8%	18.9%
อัตรากำไรสุทธิ	2.9%	0.8%	3.0%	2.9%
อัตรากำไรจากการดำเนินงานก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	9.4%	5.9%	10.5%	9.1%
วงจรเงินสด (วัน)	79	77	77	75
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	62	56	57	56
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	38	38	40	34
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	21	17	20	15
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	2.1	1.5	2.1	1.5
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย (เท่า) ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.3	0.3	0.3	0.3
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	1.4%	0.4%	2.9%	2.9%
อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม	1.2%	0.2%	3.0%	2.4%

ในไตรมาส 2 และช่วงครึ่งแรกของปี 2569 วงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle) ของบริษัทฯ ปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ 77 วัน และ 75 วัน ตามลำดับ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่ดีขึ้น ปัจจัยหลักมาจากจำนวนวันถือครองสินค้าคงเหลือที่ลดลง อันเป็นผลจากการบริหารสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงประสิทธิภาพในการเรียกเก็บหนี้ที่ดีขึ้นตามเงื่อนไขสินเชื่อ ส่งผลให้ระยะเวลาเก็บหนี้สั้นลง อย่างไรก็ตาม ประโยชน์ดังกล่าวถูกชดเชยบางส่วนจากระยะเวลาชำระหนี้ให้แก่ผู้จำหน่ายที่สั้นลง ส่งผลให้จำนวนวันเจ้าหน้าที่การค้าลดลง

สภาพคล่องและฐานะทางการเงินปรับตัวอ่อนลงเล็กน้อย โดยอัตราส่วนสภาพคล่องลดลงจาก 2.1 เท่าในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 มาอยู่ที่ 1.5 เท่าในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 สาเหตุหลักมาจากการจัดประเภทรายการเงินกู้ยืมระยะยาวเป็นหนี้สินหมุนเวียน ภายหลังการปรับโครงสร้างวงเงินสินเชื่อเพื่อบริหารต้นทุนทางการเงินให้มีประสิทธิภาพ





มากขึ้น อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ ยังคงรักษาโครงสร้างเงินทุนให้อยู่ในระดับที่แข็งแกร่ง โดยอัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้นทรงตัวอยู่ที่ 0.3 เท่า

อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ทรงตัวอยู่ที่ร้อยละ 2.9 สอดคล้องกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงผลตอบแทนที่บริษัทฯ สร้างให้แก่ผู้ถือหุ้นซึ่งยังคงอยู่ในระดับค่อนข้างคงที่

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ในช่วงครึ่งแรกของปี 2569 ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 2.4 จากร้อยละ 3.0 ในช่วงครึ่งแรกของปี 2568 สาเหตุหลักมาจากความสามารถในการทำกำไรที่ลดลงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวมเฉลี่ยของบริษัทฯ

แนวโน้มและกลยุทธ์ธุรกิจครึ่งปีหลังของปี 2569

สำหรับแนวโน้มในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 บริษัทฯ คาดว่าสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจจะยังคงมีความท้าทาย โดยมีปัจจัยกดดันหลัก 2 ประการที่ยังคงส่งผลกระทบต่อผลประกอบการ ได้แก่ แรงกดดันอย่างต่อเนื่องจากต้นทุนน้ำมันล่าปะหลังที่อยู่ในระดับสูง และผลกระทบที่ยังคงหลงเหลือจากความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิหร่านต่อต้นทุนพลังงาน ค่าระวางขนส่ง และต้นทุนบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ ความเสี่ยงที่อุปทานมันล่าปะหลังทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อาจตึงตัวจากภาวะซูเปอร์เอลนีโญ ยังคงเป็นสมมติฐานสำคัญที่บริษัทฯ ใช้ในการวางแผนสำหรับช่วงที่เหลือของปี

มาตรการบริหารความเสี่ยงเชิงรุกที่บริษัทฯ ดำเนินการมาตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี 2569 ได้พิสูจน์แล้วว่ามีประสิทธิภาพตลอดช่วงครึ่งแรกของปี และคาดว่าจะยังคงช่วยสนับสนุนการดำเนินงานไปจนถึงสิ้นปี การจัดหาวัตถุดิบจากหลายภูมิภาคและการจัดหาวัตถุดิบล่วงหน้าได้ช่วยสร้างกลไกป้องกันเชิงโครงสร้างจากผลกระทบที่รุนแรงที่สุดของความขัดแย้งทั้งนี้ บริษัทฯ จะยังคงรักษาระดับสินค้าคงคลังอย่างเหมาะสมและรอบคอบ เพื่อรับมือกับภาวะต้นทุนที่อยู่ในระดับสูงโดยไม่ก่อให้เกิดภาระเงินทุนหมุนเวียนที่ไม่จำเป็น ขณะเดียวกัน การมีฐานการผลิตหลายแห่งในประเทศไทย กัมพูชา และเวียดนาม ยังคงช่วยลดความเสี่ยงจากการกระจุกตัวของฐานการจัดหา

สำหรับธุรกิจอาหาร บริษัทฯ คาดว่าแนวโน้มการเติบโตจะดำเนินต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปี 2569 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กลุ่มผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง (Ready-to-Cook) และการขยายธุรกิจอาหารในประเทศเวียดนามอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ยอดขายส่งออกคาดว่าจะฟื้นตัวในช่วงครึ่งปีหลัง จากการเปลี่ยนลูกค้าใหม่ที่บริษัทฯ ได้รับมาให้เป็นคำสั่งซื้อและการส่งมอบสินค้า



สำหรับธุรกิจแป้ง บริษัทฯ จะเดินหน้ากลยุทธ์การยกระดับมูลค่า 3 ระดับสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ Specialty Ingredients (HVA) อย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์สารผสมระดับกลางและผลิตภัณฑ์พรีเมียมที่มีอัตรากำไรสูงขึ้น พร้อมติดตามภาวะตลาดเงินอย่างใกล้ชิด ซึ่งคาดว่าอุปสงค์จะยังคงอ่อนตัวในระยะสั้น ก่อนทยอยฟื้นตัวในช่วงปลายปี

พัฒนาการด้านความยั่งยืนขององค์กร

ไทยวา ยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนการเปลี่ยนผ่านด้านความยั่งยืนในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม ผ่าน 4 เสาหลักเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การพัฒนาเกษตรกร โรงงานสีเขียวและชุมชน พนักงาน ครอบครัวและความเป็นอยู่ที่ดี ตลอดจนคุณภาพอาหารและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ภายใต้กรอบการดำเนินงานด้านความยั่งยืน 4F ซึ่งประกอบด้วย Farm, Factory, Family และ Finished Goods โดยมีวิสัยทัศน์ระยะยาวในการมุ่งสู่ความเป็นกลางทางคาร์บอน 50% ภายในปี 2573 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 บริษัทฯ ยังคงมุ่งมั่นเปลี่ยนเป้าหมายด้านความยั่งยืนให้เป็นผลลัพธ์ที่สามารถตรวจสอบและวัดผลได้ในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่มูลค่า

ในไตรมาส 2 ปี 2569 ไทยวาได้ขยายโครงการทวนสอบคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ (Carbon Footprint of Product: CFP) และมาตรฐาน ISO 14067 ไปยังบริษัท ไทยนำ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของไทยวา โดยได้รับการทวนสอบจากหน่วยงานอิสระ Bureau Veritas และการรับรองจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ TGO การดำเนินงานดังกล่าวต่อยอดจากความสำเร็จในไตรมาส 1 ปี 2569 ซึ่งบริษัทฯ ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์จำนวน 7 รายการ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์แป้งมูลค่าเพิ่มสูง (Specialty Ingredients: HVA) จำนวน 5 รายการ และผลิตภัณฑ์แป้งดิบ (Native Starch) จำนวน 2 รายการ ส่งผลให้ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ผ่านการทวนสอบซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบจนถึงขั้นตอนการผลิตหน้าโรงงาน (cradle-to-gate) ขยายไปยังอีกหนึ่งบริษัทภายในกลุ่ม

ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ผ่านการทวนสอบเหล่านี้ช่วยเพิ่มความโปร่งใส สนับสนุนข้อกำหนดด้านการจัดซื้ออย่างยั่งยืนของลูกค้า และตอกย้ำสถานะของไทยวาในฐานะซัพพลายเออร์ที่ได้รับความไว้วางใจและเปิดเผยข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศอย่างโปร่งใสในตลาดโลก

นอกจากนี้ ไทยวายังเข้าร่วมการประเมิน ESG ของ FTSE Russell ประจำปี 2569 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามอย่างต่อเนื่องในการยกระดับความโปร่งใสด้าน ESG และปรับแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการด้านความยั่งยืนในระดับสากล โดยต่อยอดจากผลคะแนน ESG ของ FTSE Russell ประจำปี 2568 ที่ปรับเพิ่มขึ้นเป็น 3.8 จาก 2.7

ในระยะต่อไป ไทยวาจะรักษาแรงขับเคลื่อนดังกล่าวด้วยการขยายการรับรองมาตรฐาน ISO 14064-1 และ ISO 14067 ให้ครอบคลุมสถานประกอบการเพิ่มเติม เพื่อยกระดับความรับผิดชอบต่อด้านสภาพภูมิอากาศที่ผ่านการตรวจสอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานในทุกมิติของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ฟาร์มจนถึงชั้นวางสินค้า (Farm to Shelf)

ความภาคภูมิใจและความสำเร็จ 6 เดือนแรกของปี 2569



FTSE RUSSELL score 3.8,
outperforming national averages
with a perfect 5.0 in Governance



Received **ISO 14064-1**
and **CFO Label**



Earned **CDP 2025** ratings of
B- rating for Climate Change,
C for Forests, and B- for Water Security



TWFN, TDC, TN received
ISO 14067 and **CFP**
Label for total 9 SKUs



Won gold level for Excellence
in Talent Management at the
HR Excellence Awards 2025



Recognized for the **ESG**
turnaround list 2026 by
Thaipat Institute



Received the **CSR-DIW Continuous**
Award 2025 from the Department
of Industrial Works