

ภาพรวมผลการดำเนินงาน

ในไตรมาสแรกของปี 2563 ทิศทางของราคายางธรรมชาติ (NR) ตลอดทั้งไตรมาสเคลื่อนไหวสอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจโลกและสินค้าโภคภัณฑ์หลักอย่างเห็นได้ชัด โดยก่อนช่วงที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 ราคายางแท่ง TSR20 ณ ตลาด SICOM ปรับเพิ่มขึ้นสูงสุดในระหว่างไตรมาส อยู่ที่ 152.4 cent/kg. แต่ภายหลังจากข่าวการแพร่ระบาดรุนแรงของ COVID-19 ในประเทศจีน ในช่วงสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนมกราคม 2563 นั้น ทำให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วโลก ซึ่งรวมถึงราคา NR ปรับลดลงอย่างต่อเนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับการชะลอตัวของอุปสงค์ ด้วยเหตุนี้ ราคายางแท่ง TSR20 ณ สิ้นไตรมาสปรับลดลงอยู่ที่ 103.8 cent/kg. ซึ่งเป็นระดับราคาต่ำที่สุดของยางแท่ง TSR20 ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา โดยราคาเฉลี่ยตลอดทั้งไตรมาสอยู่ที่ 133.5 cent/kg. ปรับลดลงร้อยละ 2.5 QoQ และ 4.2 YoY ตามลำดับ

ด้วยสถานการณ์ราคา NR ที่เคลื่อนไหวค่อนข้างสอดคล้องกับปัจจัยพื้นฐาน และสภาวะอุตสาหกรรมยางธรรมชาติที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนผลจากการดำเนินกลยุทธ์ในการขายแบบเลือกสรร (Selective Selling) อันเป็นที่ประจักษ์ชัด ทำให้ใน 1Q63 **ธุรกิจกลางน้ำ-ผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติ** มีปริมาณการขายเติบโตร้อยละ 6.8 YoY และ 6.7 QoQ เป็น 304,721 ตัน พร้อมทั้งมีอัตราการทำกำไรที่เพิ่มสูงขึ้น และ**สำหรับธุรกิจปลายน้ำ-ถุงมือยาง** ผลจากการขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องของบริษัท มาตั้งแต่ปี 2560 และความต้องการในการบริโภคถุงมือยางที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นมา ภายหลังจากการแพร่ระบาดอย่างรุนแรงของ COVID-19 ทำให้ใน 1Q63 บริษัท มีปริมาณการขายถุงมือยางรวม 6,277 ล้านชิ้น เติบโตร้อยละ 29.2 YoY และ 14.5 QoQ ประกอบกับการอ่อนค่าของเงินบาทเทียบกับดอลลาร์สหรัฐเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้รายได้จากการขายของบริษัท ปรับเพิ่มขึ้น **ส่งผลให้ใน 1Q63 บริษัท มีรายได้จากการขาย 17,481.1 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิที่ 854.1 ล้านบาท โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 14.1 และ 4.9 ตามลำดับ**

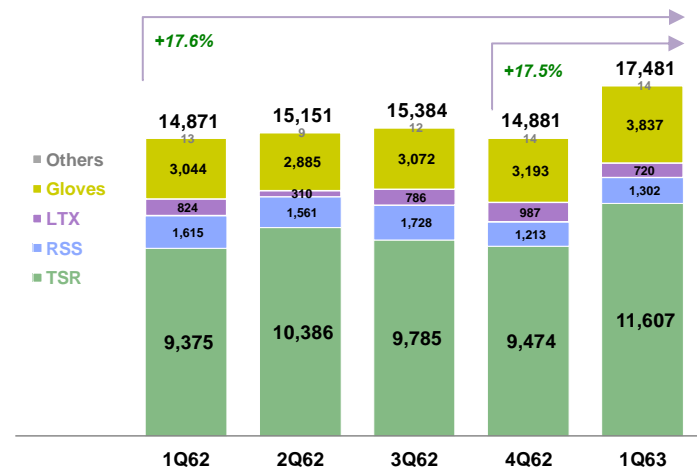
อัตราส่วนสำคัญทางการเงิน

	1Q63	FY62	FY61
อัตรากำไรขั้นต้น	14.1%	8.1%	9.8%
อัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุง**	16.4%	7.7%	11.4%
อัตรา EBITDA	10.7%	5.4%	7.9%
อัตรากำไรสุทธิ	4.9%	-0.2%	2.8%
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.01	1.00	1.15
อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อทุน (เท่า)	1.16	1.20	1.05
อัตราการหมุนของสินทรัพย์ถาวร (เท่า)*	2.34	2.06	2.69
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)*	80.83	84.25	79.98
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)*	27.03	29.51	28.10
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)*	6.68	7.75	7.58

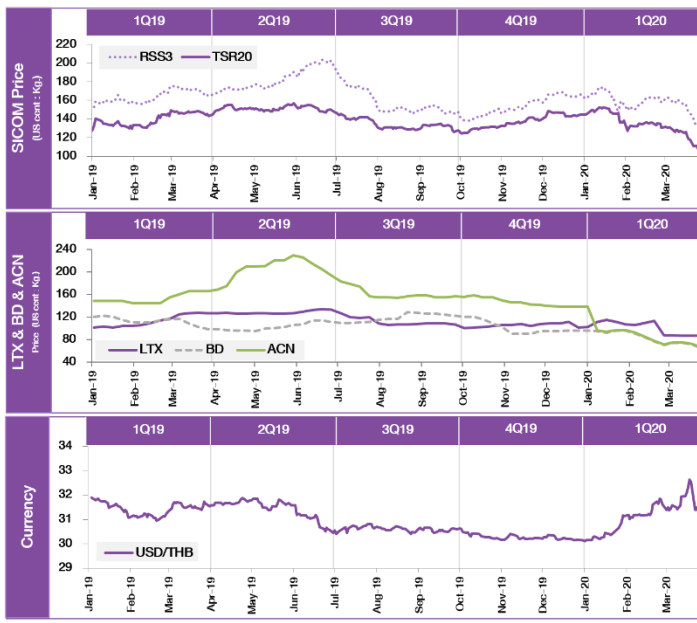
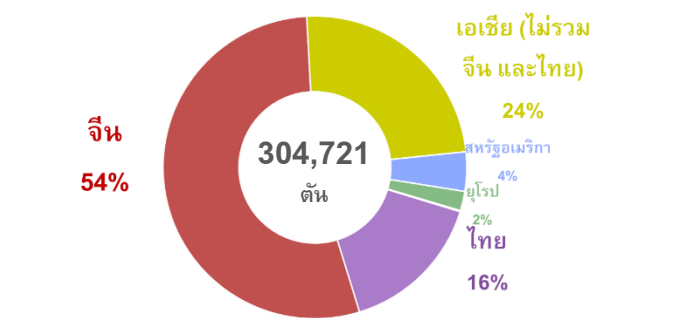
หมายเหตุ: * ปรับเทียบเต็มปี

** ปรับด้วยค่าเผื่อ (การกลั่นมูลค่า) การลดลงของสินค้าคงเหลือและกำไรขาดทุน ที่เกิดขึ้นแล้วจากรูกรม บ่อนกั้นความเสี่ยง

รายได้แยกตามผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)



ปริมาณการขายยางธรรมชาติรายประเทศ (1Q63)



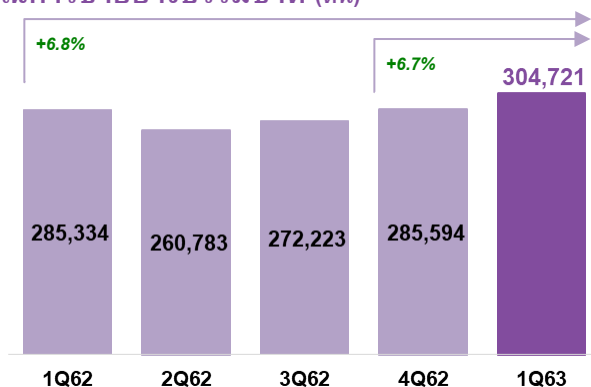
คำนิยาม
RSS : Ribbed smoked sheet
LTX: Concentrated Latex
TSR : Technically specified rubber, which includes STR and SIR
BD: Butadiene
ACN: Acrylonitrile

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

(หน่วย: ล้านบาท)	1Q63	1Q62 (ปรับปรุงใหม่)	%YoY	4Q62 (ปรับปรุงใหม่)	%QoQ
รายได้จากการขายและการให้บริการ	17,481.1	14,870.7	17.6%	14,880.9	17.5%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	(15,015.4)	(13,817.9)	8.7%	(13,502.1)	11.2%
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,465.6	1,052.9	134.2%	1,378.7	78.8%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(1,257.7)	(1,164.9)	8.0%	(1,204.6)	4.4%
รายได้อื่น รวมเงินปันผลรับ	29.2	29.2	0.3%	95.4	-69.3%
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน	(37.0)	131.7	N/A	162.7	-122.8%
กำไร(ขาดทุน)อื่น - สุทธิ	(92.3)	(482.7)	-80.9%	(246.9)	-62.6%
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	1,108.6	(433.8)	N/A	185.4	498.1%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า	99.5	37.2	167.5%	36.7	171.1%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	1,870.6	179.8	940.4%	857.4	118.2%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	1,208.1	(396.6)	N/A	222.1	444.0%
ต้นทุนทางการเงิน - สุทธิ	(200.5)	(227.7)	-12.0%	(188.5)	6.3%
ภาษีเงินได้	(80.5)	10.5	N/A	75.9	N/A
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	927.1	(613.8)	N/A	109.5	746.7%
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท	854.1	(627.7)	N/A	74.0	1053.9%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	73.0	9.5	668.4%	35.5	105.7%
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นเดิมก่อนการปรับโครงสร้างของบริษัทย่อย	-	4.3	N/A	-	-

รายได้จากการขายและการให้บริการ ในไตรมาส 1/2563 อยู่ที่ 17,481.1 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 17.6 YoY และ 17.5 QoQ ตามลำดับ แบ่งเป็นรายได้จากรูรกิจยางธรรมชาติ 13,630.0 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 15.4 YoY และ 16.8 QoQ จากทั้งปริมาณการขายที่ขยายตัวได้ดี และราคาขายเฉลี่ยของบริษัทฯ ที่สามารถปรับเพิ่มขึ้นได้ แม้ว่าทิศทางของราคายางธรรมชาติในตลาดโลกได้อ่อนตัวลง สำหรับรายได้จากรูรกิจถั่วมีอย่าง ใน 1Q63 อยู่ที่ 3,837.2 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 26.1 YoY และ 20.2 QoQ โดยรายได้ที่เพิ่มขึ้นมีสาเหตุหลักมาจากปริมาณการขายที่ขยายตัวอย่างก้าวกระโดดตามกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นและความต้องการในการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก ตลอดจนราคาขายเฉลี่ยที่สะท้อนต่อความต้องการในการบริโภคได้มากขึ้น อีกทั้ง การอ่อนค่าของเงินบาทเทียบกับดอลลาร์สหรัฐเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้รายได้จากการขายของบริษัทฯ ปรับเพิ่มขึ้น เนื่องจากรายได้หลักของบริษัทฯ กวาร์้อยละ 75.0 เป็นรายได้จากการส่งออก ทั้งนี้ ส่วนที่เหลือเป็นรายได้จากผลิตภัณฑ์อื่นและบริการอื่นจำนวน 13.9 ล้านบาท

ปริมาณการขายยางธรรมชาติ (ตัน)



ปริมาณการขายของผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติ ในไตรมาส 1/2563 อยู่ที่ 304,721 ตัน เติบโตร้อยละ 6.8 YoY และ 6.7 QoQ จากผลิตภัณฑ์ยางแห้งที่ส่งออกไปยังประเทศจีนเป็นหลัก สืบเนื่องจากที่คู่แข่งรายใหญ่ชะลอ/ ยุติการดำเนินงาน ทำให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศผู้บริโภคยางธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดของโลกได้ หากพิจารณาปริมาณการขายตามภูมิศาสตร์ ปริมาณการขายไปยังประเทศจีนมีสัดส่วนที่ร้อยละ 53.9 ตามมาด้วยตลาดในเอเชียอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 24.2 และตลาดในประเทศไทยที่ร้อยละ 15.5 และตลาดในทวีปอเมริกาและยุโรป คิดเป็นร้อยละ 4.2 และร้อยละ 2.1 ตามลำดับ ส่วนที่เหลือเป็นประเทศอื่นๆ ร้อยละ 0.1

ปริมาณการขายของผลิตภัณฑ์ถั่วมีอย่าง ในไตรมาส 1/2563 อยู่ที่ 6,277 ล้านชิ้น เติบโตร้อยละ 29.2 YoY และ 14.5 QoQ โดยการเพิ่มขึ้นของปริมาณการขายเป็นการเพิ่มขึ้นจากทั้งปริมาณการขายถั่วมีอย่างธรรมชาติและถั่วมีอย่างสังเคราะห์ที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด ตามกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นและความต้องการในการบริโภคถั่วมีอย่างที่เพิ่มขึ้นทั่วโลกนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นมา จากการแพร่ระบาดของรุนแรงของ COVID-19 อีกทั้ง บริษัทฯ สามารถขยายฐานลูกค้าได้หลากหลายมากยิ่งขึ้นนอกเหนือจากการใช้งานทางการแพทย์และการใช้งานในกลุ่มอุตสาหกรรม โดยใน 1Q63 สัดส่วนปริมาณการขายถั่วมีอย่างธรรมชาติเทียบกับถั่วมีอย่างไนโตรล์ อยู่ที่ราวร้อยละ 69:31 ทั้งนี้ หากพิจารณาปริมาณการขายตามภูมิศาสตร์ ทวีปเอเชียเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.5 ถัดมาเป็นตลาดในทวีปยุโรปที่ร้อยละ 19.0 ตลาดในทวีปอเมริกาเหนือที่ร้อยละ 14.8 ตามมาด้วยตลาดในทวีปอเมริกาใต้ที่ร้อยละ 12.7 และตลาดในทวีปแอฟริกาที่ร้อยละ 4.1 ตลาดในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่ร้อยละ 4.0 ตลอดจนตลาดในกลุ่มประเทศโอเชียเนียที่ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ



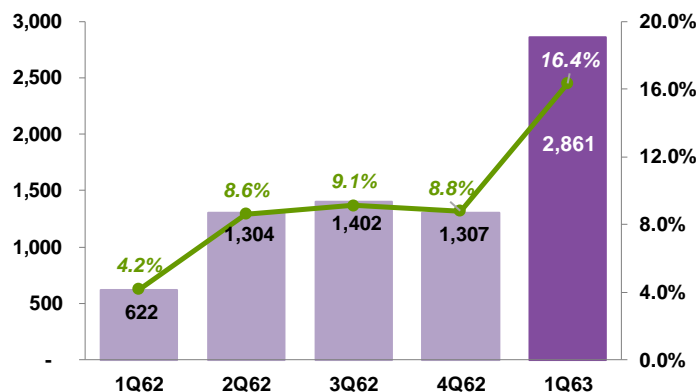
รายได้ตามสายผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)

	1Q63	1Q62	% YoY	4Q62	% QoQ
ยางแท่ง	11,607.4	9,374.6	23.8%	9,474.1	22.5%
%	63.7%	67.7%		63.7%	
ถุงมือยาง	3,837.2	3,043.9	26.1%	3,193.5	20.2%
%	22.0%	14.8%		21.5%	
ยางแผ่นรมควัน	1,302.5	1,614.9	-19.3%	1,212.6	7.4%
%	8.1%	10.7%		8.1%	
น้ำยางข้น	720.1	824.4	-12.7%	986.9	-27.0%
%	4.1%	6.7%		6.6%	
อื่นๆ*	13.9	12.9	7.6%	13.7	1.3%
%	0.1%	0.2%		0.1%	
รวม	17,481.1	14,870.7	17.6%	14,880.8	17.5%

หมายเหตุ: * ประกอบไปด้วยรายได้จาก (ก) การจำหน่ายไม้พื้นและบรรจุภัณฑ์ไม้ และ (ข) การให้บริการบางประเภท (เช่น บริการด้านการขนส่ง การวิจัยและพัฒนา และเทคโนโลยีสารสนเทศ) แก่บริษัทร่วมของบริษัท และกิจการร่วมค้าของบริษัท รวมถึงบริษัทภายนอกอื่นๆ

กำไรขั้นต้น ในไตรมาส 1/2563 อยู่ที่ 2,465.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นอย่างมากจาก 1,052.9 ล้านบาทใน 1Q62 และ 1,378.7 ล้านบาท ใน 4Q62 เติบโตร้อยละ 134.2 YoY และ 78.8 QoQ โดยการเติบโตของกำไรขั้นต้นมาจาก 1) ธุรกิจยางธรรมชาติ ภายหลังจากที่สภาวะอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมากจากการที่คู่แข่งหลายรายชะลอ/ ยุติการดำเนินงาน ทำให้บริษัทฯ สามารถบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบและการตลาดได้ดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ตลอดจนผลจากการดำเนินกลยุทธ์ในการขายแบบเลือกสรร (Selective Selling) ได้ประจักษ์ชัดขึ้น ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจยางธรรมชาติปรับตัวดีขึ้นอย่างมาก และ 2) ธุรกิจถุงมือยาง ภายหลังจากการอ่อนค่าขึ้นของเงินบาทเทียบกับดอลลาร์สหรัฐทำให้ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทฯ เพิ่มขึ้น ผสานกับความต้องการในการบริโภคถุงมือยางที่เติบโตอย่างมากกับการเพิ่มขึ้นของการผลิตใหม่ หนุนให้ความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ ใน 1Q63 เติบโตเป็นร้อยละ 14.1 ปรับตัวดีขึ้นอย่างมากจาก 1Q62 ที่ร้อยละ 7.1 และจาก 4Q62 ที่ร้อยละ 9.3 อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลาย 1Q63 ราคาขายปรับลดลงอย่างมาก โดย ณ สิ้นไตรมาสราคา TSR20 และ RSS3 ณ ตลาด SICOM อยู่ที่ 103.8 cent/kg. และ 137.3 cent/kg. ตามลำดับ ส่งผลให้สินค้าคงเหลือของบริษัทฯ ที่ต้องปรับลดราคาตามมาตรฐานบัญชีในงวดนี้เท่ากับ 168.6 ล้านบาท และหากพิจารณาประกอบกับกำไรที่เกิดขึ้นจริงจากธุรกรรมป้องกันความเสี่ยง 226.7 ล้านบาท อัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุงปรับใน 1Q63 ปรับเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 16.4 จากร้อยละ 4.2 และร้อยละ 8.8 ใน 1Q62 และ 4Q62 ตามลำดับ

กำไรขั้นต้นปรับปรุง (ล้านบาท) และอัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุง* (%)



หมายเหตุ: * ทำกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นภายหลังมีการปรับด้วยค่าเผื่อ (การกลั่นกรองการค้าเมื่อ) มูลค่าลดลงของสินค้าคงเหลือและกำไร (ขาดทุน) ที่เกิดขึ้นแล้วจากธุรกรรมป้องกันความเสี่ยง

กำไรจากการดำเนินงาน ในไตรมาส 1/2563 อยู่ที่ 1,108.6 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรจากการดำเนินงานที่ร้อยละ 6.3 พลิกจากขาดทุนจากการดำเนินงานที่ 433.8 ล้านบาท ในช่วงเดียวกันของปีก่อน และกำไรจากการดำเนินงานที่ 185.4 ล้านบาท ในไตรมาสก่อน จากการทำกำไรที่ดีขึ้นอย่างมากของทั้ง 2 ธุรกิจหลัก แม้บางส่วนถูกหักลบด้วยขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน และขาดทุนอื่น จำนวน 37.0 และ 92.3 ล้านบาท ตามลำดับสำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ร้อยละ 7.2 เมื่อเทียบกับรายได้จากการขายและบริการรวม ปรับลดลงจากร้อยละ 7.8 ใน 1Q62 และร้อยละ 8.1 ใน 4Q62 โดยหลักเป็นการลดลงของค่าใช้จ่ายในการบริหารจากการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายในการขายปรับเพิ่มขึ้นตามปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติและถุงมือยางที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ณ สิ้นงวด 1Q63 สินค้าคงเหลือของบริษัทฯ มีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (Net Realizable Value) เกินกว่าราคาทุนอยู่ 942.9 ล้านบาท* หมายเหตุ:

* มูลค่าสินค้าคงเหลือตามวิธีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ เฉพาะยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น และยางแท่งของกลุ่มบริษัท มูลค่าสินค้าคงเหลือตามวิธีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับเกินกว่าราคาทุน ซึ่งภายใต้มาตรฐานการรายงานทางการเงินของไทยไม่อนุญาตให้ปรับในกาขาดทุนจนกว่าสินค้าคงเหลือจะมีการขายจริง โดยจำนวนผลต่างดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาร่วมอยู่กับราคาขายจริง ณ เวลาที่มีการขายเกิดขึ้น

ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า บริษัทฯ ได้รับส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้าจำนวน 99.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 167.5 YoY และ 171.1 QoQ โดยส่วนใหญ่มาจากกำไรที่เพิ่มขึ้นอย่างมากของธุรกิจยางธรรมชาติ

กำไรสุทธิ ในไตรมาส 1/2563 อยู่ที่ 854.1 ล้านบาท พลิกจากขาดทุนสุทธิที่ 627.7 ล้านบาท ใน 1Q62 และปรับเพิ่มขึ้นอย่างมากจากกำไรสุทธิที่ 74.0 ล้านบาท ใน 4Q62 โดยการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิเป็นผลมาจากการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพในธุรกิจยางธรรมชาติ อันสามารถสร้างอัตรากำไรที่ทำได้ดีขึ้น ผสานกับการเติบโตและการทำกำไรที่ดีขึ้นของธุรกิจถุงมือยาง อีกทั้ง ต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ใน 1Q63 ปรับลดลงร้อยละ 14.6 YoY อยู่ที่ 204.7 ล้านบาท ตามอัตราดอกเบี้ยจากสถาบันการเงินที่ลดลง ขณะที่เมื่อเทียบกับไตรมาสก่อนหน้าต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.8 ตามการเพิ่มขึ้นของเงินกู้ระยะสั้นที่ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบยางธรรมชาติ

ทั้งนี้ ในธุรกิจยางธรรมชาติ บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นในกลยุทธ์การขายแบบเลือกสรร (Selective Selling) โดยให้ความสำคัญกับอัตรากำไรมากกว่าปริมาณการขาย สำหรับธุรกิจถุงมือยาง การที่บริษัทฯ ได้ดำเนินการขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นมา ทำให้ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 บริษัทฯ มีกำลังการผลิตติดตั้งราว 33,000 ล้านชิ้น นับเป็นผู้ผลิตถุงมือยางที่มีกำลังการผลิตสูงสุดเป็นอันดับ 3 ของโลก พร้อมรองรับความต้องการในการบริโภคที่เติบโตขึ้นทั่วโลก

ท้ายนี้ กลุ่มบริษัทศรีตรัง พร้อมให้การสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในการฟื้นฟูเศรษฐกิจโดยการจ้างงานกว่า 15,000 อัตรา เพื่อให้พนักงานมีรายได้/สวัสดิการในการดำรงชีพได้ตามปกติ



การวิเคราะห์ผลประกอบการตามสายธุรกิจ



ยางแท่ง

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางแท่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.4 ของรายได้จากการขาย ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.8 YoY และ 22.5 QoQ

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้ YoY และ QoQ เป็นผลมาจากปริมาณการขายที่ขยายตัวร้อยละ 16.0 YoY และ 13.4 QoQ ตามปริมาณการส่งออกที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกไปยังประเทศจีนที่ขยายตัวได้ดี ภายหลังจากที่คู่แข่งรายใหญ่หลายรายชะลอ/ ยุติการดำเนินงาน อีกทั้งราคาขายเฉลี่ยที่ขยายตัวได้ร้อยละ 6.7 YoY และ 8.0 QoQ สวนทางกับทิศทางของราคายางธรรมชาติในตลาดโลก

ด้วยเหตุนี้ ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของยางแท่งปรับเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวเมื่อเทียบกับ 1Q62 และเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับ 4Q62



ถุงมือยาง

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.0 ของรายได้จากการขาย ขยายตัวร้อยละ 26.1 YoY และ 20.2 QoQ

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้ YoY และ QoQ เป็นผลมาจากปริมาณการขายที่ขยายตัวร้อยละ 29.2 และร้อยละ 14.5 ตามลำดับ อันเนื่องมาจากกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นและความต้องการในการบริโภคถุงมือยางที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก นับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นมา สำหรับราคาขายเฉลี่ยนั้น หากเทียบ YoY พบว่าราคาขายเฉลี่ยปรับลดลงร้อยละ 2.5 เนื่องจากราคาวัตถุดิบในช่วงเวลาดังกล่าวสูงกว่า 1Q20 ขณะที่ราคาขายเมื่อเทียบ QoQ ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.0 ตามความต้องการในการบริโภคที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นทั่วโลกเป็นหลัก นอกจากนี้ ผลจากการอ่อนค่าของเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ทำให้บริษัทฯ มีความสามารถในการแข่งขันดีขึ้นหากพิจารณาเทียบทั้ง YoY และ QoQ

ด้วยปัจจัยจากทั้งความต้องการในการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น และค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของถุงมือยางปรับตัวดีขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับ 1Q62 และ 4Q62



ยางแผ่นรมควัน

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.5 ของรายได้จากการขาย ปรับลดลงร้อยละ 19.3 YoY แต่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 QoQ

การปรับตัวลดลงของรายได้ YoY โดยหลักเป็นผลมาจากปริมาณการขายที่อ่อนตัวลงร้อยละ 23.2 ตามความต้องการในการบริโภคยางแผ่นรมควันที่ลดลง โดยเฉพาะยางแผ่นรมควันที่ใช้ในกระบวนการผลิตยางล้อที่ส่วนใหญ่ถูกแทนที่ด้วยยางแท่งตามเทคโนโลยีในการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม ราคายางเฉลี่ยสามารถขยายตัวได้ดีที่ร้อยละ 5.0 สอดคล้องกับราคาขายเฉลี่ยของยางแท่งและน้ำยางข้นของบริษัทฯ สำหรับรายได้ QoQ ที่ปรับเพิ่มขึ้น โดยหลักเป็นผลมาจากราคาขายเฉลี่ยที่ขยายตัวร้อยละ 8.7 ขณะที่ปริมาณการขายปรับลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 1.2

ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นของยางแผ่นรมควันปรับเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวเมื่อเทียบกับ 1Q62 และเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับ 4Q62



น้ำยางข้น

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยางข้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.1 ของรายได้จากการขาย ปรับลดลงร้อยละ 12.7 YoY และ 27.0 QoQ

การปรับตัวลดลงของรายได้ YoY และ QoQ เป็นผลมาจากปริมาณการขายที่อ่อนตัวลงร้อยละ 27.2 YoY และ 33.1 QoQ สืบเนื่องมาจากบริษัทฯ จำหน่ายน้ำยางข้นให้แก่ลูกค้านอกกลุ่มบริษัทลดลง โดยการบริโภคน้ำยางข้นภายในกลุ่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.5 YoY และ 24.8 QoQ แต่รายการดังกล่าวถือเป็นรายการระหว่างกันจึงไม่ถูกแสดงในงบการเงินรวมของบริษัทฯ อย่างไรก็ตาม ราคายางเฉลี่ยสามารถขยายตัวได้ดีที่ร้อยละ 19.9 YoY และร้อยละ 9.1 QoQ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับราคาขายเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์ยางประเภทอื่นๆ ของบริษัทฯ

ทั้งนี้ อัตรากำไรขั้นต้นของน้ำยางข้นอย่างมีนัยยะสำคัญเมื่อเทียบกับ 1Q62 และเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับ 4Q62



ภาพรวมอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ

ในไตรมาส 1/2563 ทิศทางของราคายางธรรมชาติ (NR) ตลอดทั้งไตรมาส เคลื่อนไหวสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจโลกและสินค้าโภคภัณฑ์หลักอย่างเห็นได้ชัด เริ่มจากในช่วงต้นเดือนมกราคม 2563 ที่ราคา NR ปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากเดือนก่อน โดยในช่วงสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนมกราคม 2563 ราคายางแท่ง TSR20 ณ ตลาด SICOM ปรับเพิ่มขึ้นสูงสุดในระหว่างไตรมาส อยู่ที่ 152.4 cent/kg. จากความกังวลเกี่ยวกับสภาพอากาศที่แห้งแล้งและร้อนจัด ที่อาจส่งผลปริมาณการผลิต NR แต่ภายหลังข่าวการแพร่ระบาดของ COVID-19 ในประเทศจีน ในช่วงสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนมกราคม 2563 นั้น ทำให้ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วโลก ซึ่งรวมถึงราคา NR ปรับลดลงอย่างต่อเนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับการชะลอตัวของอุปสงค์ อีกทั้งในช่วงปลายเดือนมีนาคม 2563 ที่ราคาน้ำมันดิบปรับตัวลดลงอย่างรุนแรงมากกว่าร้อยละ 50 ราคา NR ก็ได้ปรับลดลงในทิศทางเดียวกันแต่เป็นการปรับลดลงในอัตราที่น้อยกว่า ทำให้ราคายางแท่ง TSR20 ณ สิ้นไตรมาสปรับลดลงอยู่ที่ 103.8 cent/kg. ซึ่งเป็นระดับราคาที่ต่ำที่สุดของยางแท่ง TSR20 ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา โดยราคาเฉลี่ยตลอดทั้งไตรมาส อยู่ที่ 133.5 cent/kg. ปรับลดลงร้อยละ 2.5 QoQ และ 4.2 YoY ตามลำดับ

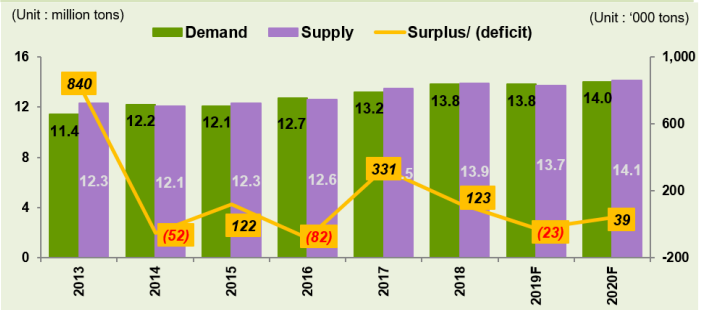
สำหรับทิศทางของราคา NR ในไตรมาส 2/2563 ยังคงได้รับปัจจัยกดดันจากอุปสงค์ที่อ่อนตัวตามสถานะเศรษฐกิจและมาตรการปิดเมือง (Lockdown) จากรัฐบาลในหลายประเทศ โดยผลิตภัณฑ์ยางแท่งและยางแผ่นที่มีกลุ่มผู้บริโภคหลักเป็นผู้ผลิตยางล้อนั้น ได้รับผลกระทบจากการที่ผู้ผลิตยางล้อหลายรายในกลุ่มประเทศยุโรป และสหรัฐอเมริกา ตลอดจนในบางประเทศ จำเป็นต้องปิดโรงงานชั่วคราว อาทิ 2-3 สัปดาห์ เพื่อปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวและเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในการบริโภค แต่กระนั้นก็ตาม สำหรับผู้ผลิตยางล้อในประเทศจีนเริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวของคำสั่งซื้อภายหลังจากที่สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้คลี่คลายลง ซึ่งโดยภาพรวมแล้วความต้องการในการบริโภค NR ที่ลดลงจากกลุ่มผู้ผลิตยางล้อบางส่วนได้ถูกชดเชยด้วยความต้องการในการบริโภคน้ำยางข้นที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากตามความต้องการในการใช้ถุงมือยางซึ่งเป็นหนึ่งในอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (Personal Protective Equipment: PPE) ชั้นพื้นฐาน โดย *IRSG ได้คาดการณ์ว่าปริมาณความต้องการในการใช้ NR ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่นอกเหนือจากอุตสาหกรรมยางล้อจะเติบโตกว่าร้อยละ 4.3 โดยหลักจากความต้องการในการใช้น้ำยางข้นในการผลิตถุงมือยาง ทั้งนี้ **ปริมาณสต็อกยางตลาดล่วงหน้าเซี่ยงไฮ้ (Shanghai Futures Exchange: SHFE) ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 อยู่ที่ราว 242,000 ตัน ปรับลดลงเล็กน้อยจาก ณ สิ้นเดือน ธันวาคม 2562 ที่ราว 251,000 ตัน

หมายเหตุ:

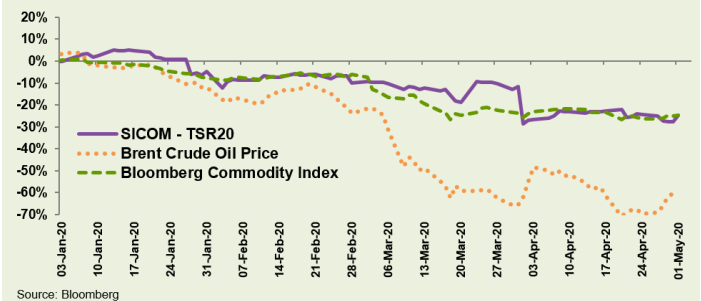
* International Rubber Study Group (IRSG), The World Rubber Industry Outlook, Review and Prospects to 2028, December 2019

**ปริมาณสต็อกยางธรรมชาติและยางคอมปาว์นที่นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ได้หยุดการรายงานไปตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2561

ปริมาณความต้องการและการผลิต NR ของโลก (ก่อน COVID-19)



การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าโภคภัณฑ์

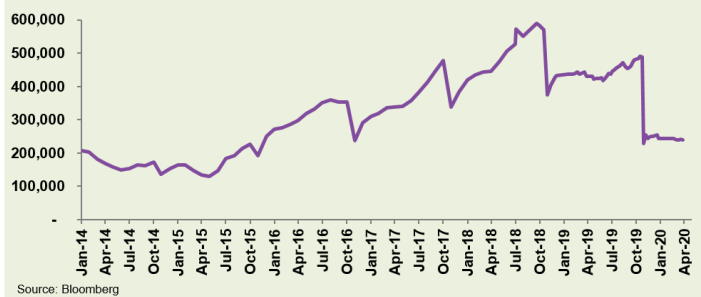


ราคายางแท่ง TSR20 ณ ตลาด SICOM (ปี 2547 – ปัจจุบัน)



ปริมาณสต็อกยางธรรมชาติ

ณ ตลาดล่วงหน้าเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน (ตัน)



ความคืบหน้าในการขยายธุรกิจตลอดทั้ง Supply

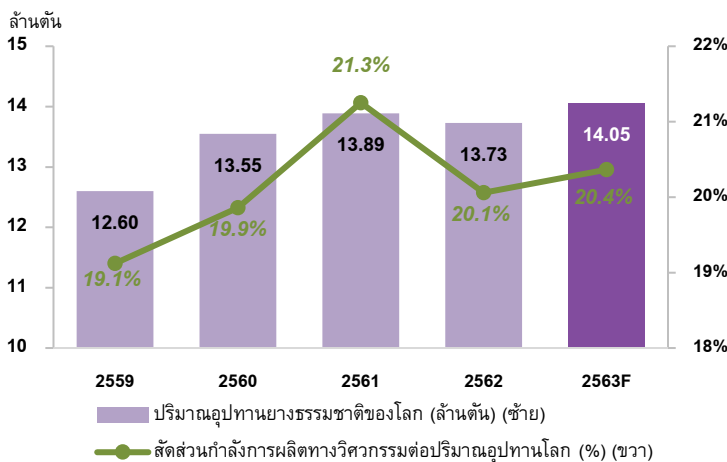
ธุรกิจต้นน้ำ – พื้นที่ประมาณ 45,000 ไร่ สำหรับทำธุรกิจสวนยาง

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 บริษัท มีพื้นที่สำหรับธุรกิจสวนยางพาราประมาณ 45,000 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ 19 จังหวัดในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่เริ่มทยอยให้ผลผลิตตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา ซึ่งส่งผลดีต่อกลยุทธ์การสรรหาวัตถุดิบสำหรับธุรกิจกลางน้ำซึ่งเป็นธุรกิจหลักของบริษัท ทั้งนี้ ในปี 2563 บริษัท ประเมินการว่ามีต้นยางที่สามารถกรีตได้ราวร้อยละ 25 ของต้นยางที่ปลูกแล้วทั้งหมด จากร้อยละ 11 ในปีก่อน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัท ศรีตรังได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล FSC™ (Forest Stewardship Council™) ทั้งประเภท มาตรฐานการจัดการสวนป่าอย่างยั่งยืน (Forest Management Certification) และมาตรฐานการจัดการห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์ (Chain-of-Custody Certification) นับได้ว่าเป็น ผู้ผลิตยางธรรมชาติแบบครบวงจรรายแรกของโลกที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน FSC ครบทั้งห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์

ธุรกิจกลางน้ำ – รักษาอัตราการทำกำไร และเดินหน้าสู่เป้าหมาย “ศรีตรัง 20”

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 บริษัท มีกำลังการผลิตทางวิศวกรรม 2.86 ล้านตันต่อปี จากโรงงานผลิตยางธรรมชาติทั้งสิ้นจำนวน 36 แห่ง แบ่งออกเป็น 32 แห่งในประเทศไทย 3 แห่งในประเทศอินโดนีเซีย และอีก 1 แห่งในประเทศเมียนมา โดยบริษัท มุ่งมั่นที่จะนำเทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติเข้ามาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดการใช้พลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง บริษัท ได้นำแอปพลิเคชัน “STA FRIENDS” มาใช้ในการรับซื้อยางธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบขั้นต้นในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการบริหารงาน ทั้งนี้ เป้าหมายในระยะยาวบริษัท ยังคงรักษาความสัมพันธ์ที่มีต่อฐานลูกค้าเดิมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนขยายฐานลูกค้าใหม่ อาทิ ผู้ผลิตยางล้อจากต่างประเทศที่เข้ามาตั้งโรงงานการผลิตในประเทศไทย รวมทั้งผู้ผลิตยางล้อและผู้บริโภคหน้ายางขั้นทั่วโลก เพื่อเดินหน้าสู่เป้าหมาย “ศรีตรัง 20” หรือการมีปริมาณการขายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของ “ปริมาณความต้องการยาง ธรรมชาติของโลก” (ปี 2562 บริษัท มีส่วนแบ่งทางการตลาดทั่วโลกที่ร้อยละ 8)

สัดส่วนกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ NR ของกลุ่มศรีตรัง



แผนกหลักทรัพย์สัมพันธ์
โทร. +662 207 4500 ต่อ 1402
Email: IR@sritranggroup.com



ธุรกิจปลายน้ำ – ตั้งเป้ากำลังการผลิตถุงมือยางที่ 50,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2568 และ 65,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2571

บริษัท มุ่งมั่นที่จะเพิ่มพูนศักยภาพการแข่งขันและความได้เปรียบที่มีเหนือคู่แข่งในการผลิตถุงมือยางธรรมชาติ คือการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบน้ำยางขั้น ด้วยต้นทุนปริมาณ และคุณภาพที่เป็นเลิศ รวมถึงการรักษาไว้ซึ่งการผลิตถุงมือยางในไตรส เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายในทั่วทุกมุมโลก ทั้งสำหรับบริการโรคในทางการแพทย์และอุตสาหกรรมต่างๆ โดยในปี 2562 บริษัท มีส่วนแบ่งทางการตลาดแล้วกว่าร้อยละ 7 ของความต้องการบริโภคถุงมือยางทั่วโลก

ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 กลุ่มบริษัทศรีตรังมีกำลังการผลิตติดตั้งของถุงมือยางทั้งสีน้ำตาล 33,000 ล้านชิ้นต่อปี ตามที่ได้ตั้งเป้าขยายกำลังการผลิตของปี 2563 ไว้ ทั้งนี้ บริษัท มุ่งมั่นที่จะขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการใช้ถุงมือยางที่เติบโตในอัตราร้อยละ 10-12 ต่อปี* เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้ผลิตถุงมือยางที่ใช้ในทางการแพทย์และอุตสาหกรรมรายใหญ่ที่มีกำลังการผลิต 50,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2568 65,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2571 และ 100,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2575 แหล่งที่มา MARGMA Industry Brief 2019 on the Rubber Glove Industry

สำหรับการออกและเสนอขายหุ้นสามัญที่ออกใหม่ของบริษัท ศรีตรังโกลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“STGT”) ต่อประชาชนทั่วไปไปเป็นครั้งแรก (IPO) ยังคงดำเนินไปตามแผนงานและคาดว่าจะอยู่ในช่วง 3Q63 โดยสัดส่วนหุ้นที่จะ IPO เป็นจำนวนไม่เกินร้อยละ 31.00 ของทุนชำระแล้วทั้งหมดของ STGT

ณ ปัจจุบัน กลุ่มบริษัทศรีตรังได้บริจาคถุงมือยางทางการแพทย์ไปแล้วประมาณ 3,500,000 ชิ้น ให้แก่กระทรวงสาธารณสุขของประเทศไทย จีน และเวียดนาม ศูนย์ประสานงานป้องกันการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 สมาคมถุงมือยางไทย ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ความจำเป็นในการใช้งานถุงมือยาง นอกจากนี้ บริษัท ยังมีแผนการที่จะบริจาคถุงมือยางเพิ่มเติมอีก 500,000 ชิ้น แก่หน่วยงานในพื้นที่บริเวณที่โรงงานของกลุ่มบริษัทตั้งอยู่ เพื่อสนับสนุนงานด้านสาธารณสุข ตามแนวทางของบริษัท ที่พร้อมส่งมอบการ “ปกป้องทุกสัมผัส ด้วยความห่วงใย” สู่ทุกชีวิตทั่วโลก



Sri Trang Agro-Industry Public Company Limited
www.sritranggroup.com

