

**ภาพรวมผลการดำเนินงาน**

อุตสาหกรรมยางธรรมชาติ (NR) เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั้งในด้านการบริโภค NR ที่ปรับลดลงทั่วโลก ซึ่งจากรายงานล่าสุดของ IRSG ได้มีการปรับลดประมาณการการบริโภค NR ในปี 2563 จากเดิมที่ 14.04 ล้านตัน เป็น 12.12 ล้านตัน หรือลดลงร้อยละ 13.4 ตลอดจนถึงทิศทางของราคา NR ก็ได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวและความต้องการในการบริโภคที่ลดลง โดยตลอดทั้งไตรมาส 2/2563 ราคายางแท่ง TSR20 ณ ตลาด SICOM เคลื่อนไหวอยู่ในกรอบที่ 105-115 cent/kg. และมีราคาเฉลี่ยตลอดทั้งไตรมาสอยู่ที่ 110.8 cent/kg. ปรับลดลงร้อยละ 26.8 YoY และ 17.0 QoQ ตามลำดับ

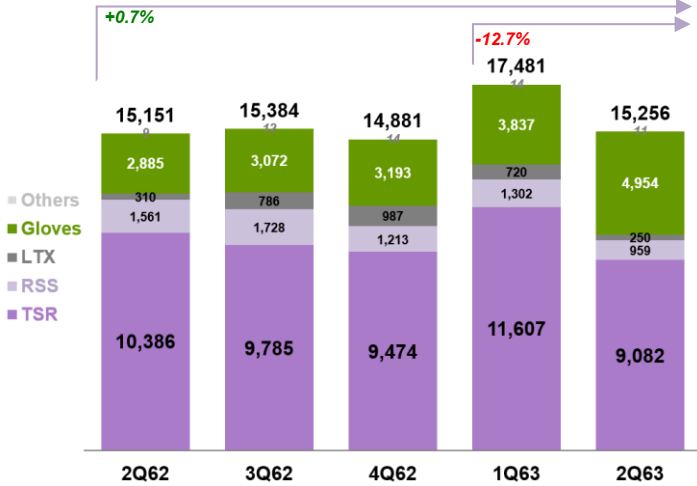
ด้วยสถานการณ์ของอุตสาหกรรม NR ที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ใน 2Q63 **ธุรกิจกลางน้ำ-ผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติ** บริษัทฯ มีปริมาณการขายอยู่ที่ 239,387 ตัน ลดลงร้อยละ 8.2 YoY และ 21.4 QoQ ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ดี ท่ามกลางการชะลอตัวของอุตสาหกรรม และราคา NR ที่อยู่ในระดับต่ำ ธุรกิจยางธรรมชาติยังคงสร้างผลกำไรได้ดีต่อเนื่องจากไตรมาสก่อนหน้า สำหรับ**ธุรกิจปลายน้ำ-ถุงมือยาง** สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดระดับโลก (Global Pandemic) ของ COVID-19 ส่งผลให้ความต้องการในการบริโภคถุงมือยางของบริษัทฯ ปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก โดยมีความต้องการในการใช้ถุงมือยางเป็นอุปกรณ์ (Personal Protective Equipment: PPE) ทั้งในเชิงการแพทย์และอุตสาหกรรม รวมทั้งกลุ่มผู้บริโภคใหม่ๆ (New Group of Demand) โดยใน 2Q63 บริษัทฯ มีปริมาณการขายถุงมือยางรวม 7,414 ล้านชิ้น ขยายตัวร้อยละ 63.1 YoY และ 18.1 QoQ พร้อมทั้งมีราคาขายเฉลี่ยและอัตรากำไรที่ปรับเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ใน **2Q63 บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย 15,256.1 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิที่ 1,093.7 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 305.0 YoY และ 28.0 QoQ** ตลอดจนสร้างสถิติใหม่ให้แก่อัตรากำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิ อยู่ที่ร้อยละ 16.2 และ 7.2 ตามลำดับ

**อัตราส่วนสำคัญทางการเงิน**

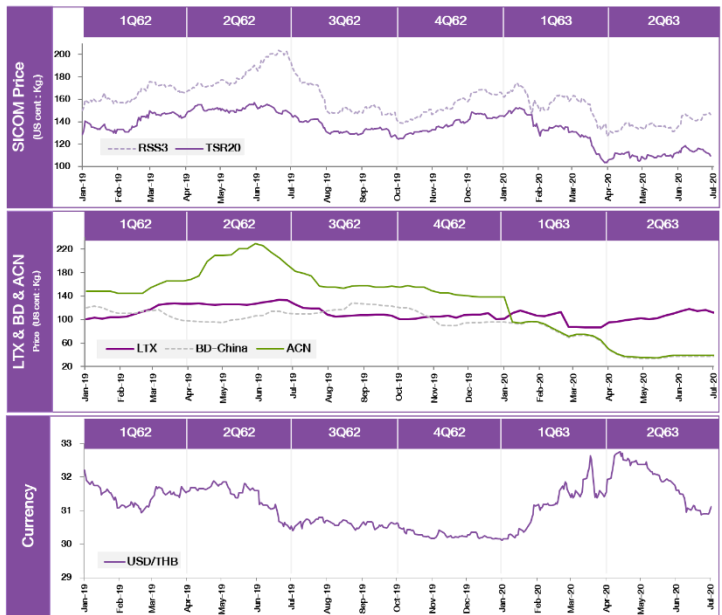
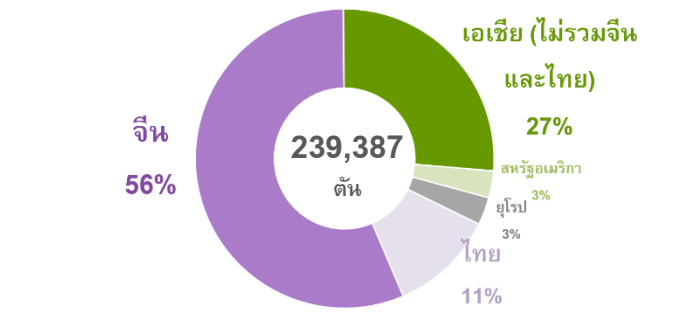
	2Q63	2Q62	1Q63	FY62 (ปรับปรุงใหม่)
อัตรากำไรขั้นต้น	16.2%	9.6%	14.1%	8.1%
อัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุง**	15.9%	8.7%	16.6%	7.7%
อัตรา EBITDA	14.7%	8.2%	10.7%	5.4%
อัตรากำไรสุทธิ	7.2%	1.8%	4.9%	-0.2%
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.62	1.06	1.01	1.00
อัตราส่วนหนี้สินสุทธิต่อทุน (เท่า)	0.22	1.08	1.16	1.20
อัตรากำไรหมุนของสินทรัพย์ถาวร (เท่า)*	2.20	2.85	2.34	2.06
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)*	72.81	73.06	80.83	84.25
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)*	24.66	29.37	27.03	29.51
ระยะเวลาชำระหนี้ (วัน)*	6.65	8.09	6.68	7.75

หมายเหตุ: \* ปรับเทียบเต็มปี  
\*\* ปรับด้วยค่าเผื่อ (การกลั่นมูลค่า) การลดลงของสินค้าคงเหลือและกำไรขาดทุน ที่เกิดขึ้นแล้วจากธุรกรรม บัณฑิตความแข็ง

**รายได้แยกตามผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)**



**ปริมาณการขายยางธรรมชาติรายประเทศ (2Q63)**



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

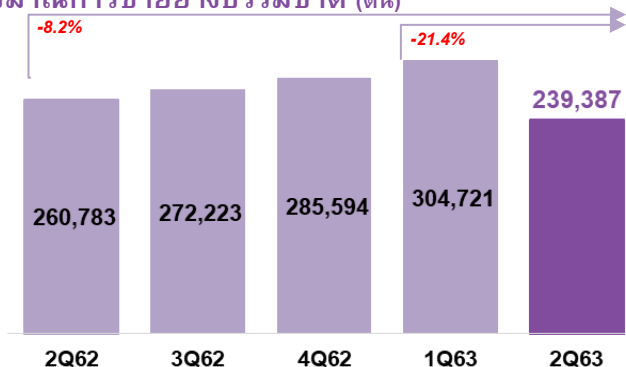


## งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ

(หน่วย: ล้านบาท)	2Q63	2Q62	%YoY	1Q63	%QoQ
รายได้จากการขายและการให้บริการ	15,256.1	15,151.1	0.7%	17,481.1	-12.7%
ต้นทุนขายและการให้บริการ	(12,785.6)	(13,698.0)	-6.7%	(15,015.4)	-14.9%
กำไร(ขาดทุน)ขั้นต้น	2,470.4	1,453.1	70.0%	2,465.6	0.2%
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	(1,179.7)	(1,120.1)	5.3%	(1,257.7)	-6.2%
รายได้อื่น รวมเงินปันผลรับ	41.2	108.2	-61.9%	29.2	41.0%
กำไร(ขาดทุน)จากอัตราแลกเปลี่ยน	(31.2)	13.7	N/A	(37.0)	-15.8%
กำไร(ขาดทุน)อื่น - สุทธิ	225.2	96.9	N/A	(92.3)	N/A
กำไร(ขาดทุน)จากการดำเนินงาน	1,526.0	551.8	176.5%	1,108.6	37.6%
ส่วนแบ่งกำไร(ขาดทุน)จากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า	22.4	36.4	-38.5%	99.5	-77.5%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (EBITDA)	2,244.9	1,239.3	81.1%	1,870.6	20.0%
กำไร(ขาดทุน)ก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและภาษีเงินได้ (EBIT)	1,548.4	588.2	163.2%	1,208.1	28.2%
ต้นทุนทางการเงิน - สุทธิ	(173.6)	(235.3)	-26.2%	(200.5)	-13.4%
ภาษีเงินได้	(85.2)	(54.0)	57.9%	(80.5)	5.9%
กำไร(ขาดทุน)สำหรับงวด	1,295.8	298.9	333.5%	927.1	39.8%
ส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท	1,093.7	270.0	305.0%	854.1	28.0%
ส่วนที่เป็นของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุมของบริษัทย่อย	202.1	28.9	599.2%	73.0	176.9%

รายได้จากการขายและการให้บริการ ในไตรมาส 2/2563 อยู่ที่ 15,256.1 ล้านบาท ขยายตัวเล็กน้อยร้อยละ 0.7 YoY แต่ลดลงร้อยละ 12.7 QoQ โดยรายได้ที่ลดลงมาจากธุรกิจยางธรรมชาติที่ได้รับผลกระทบจากการที่ผู้ผลิตยางล้อในหลายประเทศหยุดการผลิตชั่วคราวตามมาตรการปิดเมือง (Lockdown) และการบริโภคยางล้อที่ชะลอตัว ส่งผลให้ปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติของบริษัทฯ ปรับลดลง ตลอดจนราคาขายเฉลี่ยที่อ่อนตัวลงจากไตรมาสก่อนหน้าตามทิศทางราคาของสินค้าโภคภัณฑ์หลัก แต่อย่างไรก็ดีราคาขายเฉลี่ยของบริษัทฯ ยังคงสูงกว่าราคายางธรรมชาติในตลาดโลก โดยใน 2Q63 บริษัทฯ มีรายได้จากธุรกิจยางธรรมชาติอยู่ที่ 10,291.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 16.0 YoY และร้อยละ 24.5 QoQ สำหรับรายได้จากธุรกิจถุงมือยาง ใน 2Q63 เติบโตร้อยละ 71.7 YoY และ 29.1 QoQ อยู่ที่ 4,953.5 ล้านบาท ซึ่งเป็นการเติบโตจากทั้งปริมาณการขายที่ขยายตัวอย่างก้าวกระโดดตามกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นและความต้องการในการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก อีกทั้งราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นสะท้อนต่อความต้องการในการบริโภค นอกจากนี้ บริษัทฯ มีรายได้จากผลิตภัณฑ์อื่นและบริการอื่นจำนวน 11.5 ล้านบาท

### ปริมาณการขายยางธรรมชาติ (ตัน)



ปริมาณการขายของผลิตภัณฑ์ยางธรรมชาติ ในไตรมาส 2/2563 อยู่ที่ 239,387 ตัน ลดลงร้อยละ 8.2 YoY และ 21.4 QoQ สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และการหยุดการผลิตชั่วคราวของผู้ผลิตยางล้อ ส่งผลให้การบริโภคยางธรรมชาติปรับตัวลดลงทั่วโลก ทั้งนี้ หากพิจารณาปริมาณการขายตามภูมิภาคศาสตร์ ประเทศจีนยังคงเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดและเป็นตลาดที่การบริโภคฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่เดือนเมษายนเป็นต้นมา โดยบริษัทฯ มีสัดส่วนปริมาณการขายไปยังตลาดดังกล่าวที่ร้อยละ 56.3 ตามมาด้วยตลาดในเอเชียอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 26.5 และตลาดในประเทศไทยที่ร้อยละ 11.4 และตลาดในทวีปยุโรปและอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 3.0 และร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ปริมาณการขายของผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง ในไตรมาส 2/2563 อยู่ที่ 7,414 ล้านชิ้น เติบโตร้อยละ 63.1 YoY และ 18.1 QoQ โดยการเพิ่มขึ้นของปริมาณการขายเป็นการเพิ่มขึ้นจากทั้งปริมาณการขายถุงมือยางธรรมชาติและถุงมือยางไนไตรล์ ตามการขยายตัวของกำลังการผลิตและความต้องการในการใช้ถุงมือยางเป็นอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (PPE) ซึ่งใน 2Q63 บริษัทฯ ได้ดำเนินการผลิตอย่างเต็มศักยภาพของเครื่องจักรโดยมีอัตราการใช้กำลังการผลิตที่ร้อยละ 95 เพื่อสนองต่อความต้องการในการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก ทั้งนี้ สัดส่วนปริมาณการขายถุงมือยางธรรมชาติเทียบกับถุงมือยางไนไตรล์ อยู่ที่ราวร้อยละ 69:31 และหากพิจารณาปริมาณการขายตามภูมิภาคศาสตร์ ทวีปเอเชียเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.3 ถัดมาเป็นตลาดในทวีปยุโรปที่ร้อยละ 21.0 ตลาดในทวีปอเมริกาเหนือที่ร้อยละ 15.0 ตามมาด้วยตลาดในทวีปอเมริกาใต้ที่ร้อยละ 11.1 และตลาดในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่ร้อยละ 5.3 ตลาดในทวีปแอฟริกาที่ร้อยละ 4.4 ตลอดจนตลาดในกลุ่มประเทศโอเชียเนียที่ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ



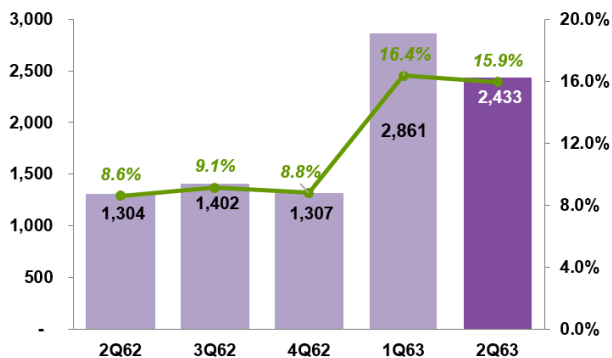
## รายได้ตามสายผลิตภัณฑ์ (ล้านบาท)

	1Q63	1Q62	% YoY	4Q62	% QoQ
ยางแท่ง	9,082.2	10,385.8	-12.6%	11,607.4	-21.8%
%	59.5%	68.5%		66.4%	
ถุงมือยาง	4,953.5	2,885.3	71.7%	3,837.2	29.1%
%	32.5%	19.0%		22.0%	
ยางแผ่นรมควัน	958.7	1,561.5	-38.6%	1,302.5	-26.4%
%	6.3%	10.3%		7.5%	
น้ำยางข้น	250.1	309.5	-19.2%	720.1	-65.3%
%	1.6%	2.0%		4.1%	
อื่น ๆ*	11.5	9.1	26.7%	13.9	-17.2%
%	0.1%	0.1%		0.1%	
รวม	15,256.1	15,151.1	0.7%	17,481.1	-12.7%

หมายเหตุ: \* ประกอบด้วยรายได้จาก (ก) การจำหน่ายไม้พื้นและบรรจุภัณฑ์ไม้ และ (ข) การให้บริการบางประเภท (เช่น บริการด้านการขนส่ง การวิจัยและพัฒนา และเทคโนโลยีสารสนเทศ) แก่บริษัทร่วมของบริษัทฯ และกิจการร่วมค้าของบริษัทฯ รวมถึงบริษัทฯ อื่นๆ

กำไรขั้นต้น ในไตรมาส 2/2563 อยู่ที่ 2,470.4 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 70.0 YoY และ 0.2 QoQ โดยการเติบโตของกำไรขั้นต้นมาจาก 1) ธุรกิจยางธรรมชาติ ที่สามารถทำกำไรได้ แม้ในไตรมาสนี้จะได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ส่งผลให้ปริมาณการขายและราคาขายเฉลี่ยอ่อนตัวลง รวมทั้งปัจจัยด้านฤดูกาลของยางธรรมชาติ ที่ในช่วงเดือนพ.ค.และมิ.ย. เป็นช่วงที่ต้นยางเริ่มกลับมาเปิดกรีด ปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดจึงยังมีปริมาณไม่มาก ความต้องการน้ำยางสดจากอุตสาหกรรมถุงมือยาง ทำให้ชาวสวนส่วนใหญ่หันไปผลิตน้ำยางสดที่มีความต้องการและราคาที่สูงกว่ายางก้อนถ้วยและยางแผ่น ส่งผลให้ราคาวัตถุดิบในประเทศไทยปรับเพิ่มสูงขึ้นกว่าราคายางในตลาดโลกเป็นระยะเวลา 2 เดือน ด้วยเหตุนี้อัตรากำไรขั้นต้นของธุรกิจยางธรรมชาติจึงปรับลดลงเล็กน้อยจาก 1Q63 แต่ยังคงสูงกว่า 2Q62 ซึ่งบริษัทฯ ยังคงรักษาอัตราการทำกำไรได้ดีตามเป้าหมาย และ 2) ธุรกิจถุงมือยาง ด้วยการดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่อง สภาพ ปริมาณการขายที่เติบโตอย่างมาก และราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มขึ้นได้ตามความต้องการในการบริโภค ตลอดจนราคาวัตถุดิบที่ปรับลดลงจาก 1Q63 และ 2Q62 ส่งผลให้อัตราการทำกำไรของธุรกิจถุงมือยางสูงเป็นประวัติการณ์ ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทฯ จากทั้ง 2 ธุรกิจเติบโตเป็นร้อยละ 16.2 ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 1Q63 ที่ร้อยละ 14.2 และดีขึ้นอย่างมากจาก 2Q62 ที่ร้อยละ 9.6 ทั้งนี้ ณ สิ้นไตรมาสราคา TSR20 ณ ตลาด SICOM อยู่ที่ 109.3 cent/kg. สิ้นค้าคงเหลือของบริษัทฯ บางส่วนจึงต้องปรับลดราคาตามมาตรฐานบัญชีในงวดนี้เท่ากับ 57.5 ล้านบาท และหากพิจารณาประกอบกับขาดทุนที่เกิดขึ้นจริงจากธุรกรรมป้องกันความเสี่ยง 95.1 ล้านบาท อัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุงปรับใน 2Q63 จะอยู่ที่ร้อยละ 15.9 จากร้อยละ 8.7 และร้อยละ 16.6 ใน 2Q62 และ 1Q63 ตามลำดับ

## กำไรขั้นต้นปรับปรุง (ล้านบาท) และอัตรากำไรขั้นต้นปรับปรุง\* (%)



หมายเหตุ: \* กำไรขั้นต้นและอัตรากำไรขั้นต้นภายหลังมีการปรับด้วยค่าเผื่อ(การกลับรายการค่าเผื่อ) มูลค่าลดลงของสินค้าคงเหลือและกำไร(ขาดทุน) ที่เกิดขึ้นแล้วจากธุรกรรมป้องกันความเสี่ยง

กำไรจากการดำเนินงาน ในไตรมาส 2/2563 อยู่ที่ 1,526.0 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรจากการดำเนินงานที่ร้อยละ 10.0 เติบโตอย่างมากจาก 551.8 ล้านบาท ใน 2Q62 และจาก 1,108.6 ล้านบาท ใน 1Q63 อันเนื่องมาจากธุรกิจยางธรรมชาติที่สามารถทำกำไรได้ดีอย่างต่อเนื่อง และธุรกิจถุงมือยางที่เติบโตสอดคล้องกับสภาวะปัจจุบัน ประกอบกับธุรกรรมป้องกันความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยนและยางธรรมชาติในตลาดล่วงหน้ามีผลกำไรอยู่ที่ 225.2 ล้านบาท ซึ่งสามารถชดเชยผลขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจปกติที่ 31.2 ล้านบาท ได้ทั้งหมด สำหรับค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอยู่ที่ 1,179.7 ล้านบาท ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.3 YoY จากทั้งค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของธุรกิจถุงมือยาง ขณะที่พิจารณาเทียบ QoQ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารลดลงร้อยละ 6.2 โดยหลักเป็นการลดลงจากค่าใช้จ่ายในการขาย ทั้งเงินสงเคราะห์ชาวสวนยาง (CESS) ที่ลดลงตามปริมาณการส่งออกยางธรรมชาติ ตลอดจนค่าธรรมเนียมและค่าขนส่งสินค้าที่ลดลงตามราคาน้ำมันในตลาดโลก ทั้งนี้ ณ สิ้นงวด 2Q63 สิ้นค้าคงเหลือของบริษัทฯ มีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ (Net Realizable Value) เกินกว่าราคาทุนอยู่ 158.0 ล้านบาท\* หมายเหตุ: \*มูลค่าสินค้าคงเหลือตามวิธีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับ เฉพาะยางแผ่นรมควัน น้ำยางข้น และยางแท่งของกลุ่มบริษัท มูลค่าสินค้าคงเหลือตามวิธีมูลค่าสุทธิที่จะได้รับเกินกว่าราคาทุน ซึ่งภายใต้มาตรฐานการรายงานทางการเงินของไทย ไม่อนุญาตให้ระบุในกำไรขาดทุนจนกว่าสินค้าคงเหลือจะมีการขายจริง โดยจำนวนผลค้างดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาขึ้นอยู่กับราคาขายจริง ณ เวลาที่มีการขายเกิดขึ้น

ส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้า บริษัทฯ ได้รับส่วนแบ่งกำไรจากเงินลงทุนในบริษัทร่วมและกิจการร่วมค้าจำนวน 22.4 ล้านบาท ลดลง 38.5 YoY และ 77.5 QoQ โดยหลักเป็นการลดลงจากธุรกิจยางธรรมชาติที่ได้รับผลกระทบจากการบริโภคที่ชะลอตัว ขณะที่ธุรกิจท่องเที่ยวโครงสร้างพื้นฐานยังคงเติบโตได้ดี

กำไรสุทธิ ในไตรมาส 2/2563 อยู่ที่ 1,093.7 ล้านบาท ปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากจาก 270.0 ล้านบาท ใน 2Q62 และปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 854.1 ล้านบาท ใน 1Q63 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 305.0 YoY และ 28.0 QoQ โดยการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิมาจากธุรกิจยางธรรมชาติที่สามารถทำกำไรได้ดีอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับธุรกิจถุงมือยางที่ทำกำไรสูงเป็นประวัติการณ์ นอกจากนี้ต้นทุนทางการเงินของบริษัทฯ ใน 2Q63 ได้ปรับลดลงร้อยละ 32.6 YoY และ 13.4 QoQ อยู่ที่ 173.6 ล้านบาท อันเนื่องมาจากการชำระคืนเงินกู้บางส่วนจาก STGT ภายหลังจากที่ชำระค่างวดในตลาดหลักทรัพย์ และเงินกู้ระยะสั้นที่ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้อวัตถุดิบยางธรรมชาติที่ลดลงตามปริมาณการขายและราคาของยางธรรมชาติในตลาดโลก

สำหรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจยางธรรมชาติ ท่ามกลางสภาวะอุตสาหกรรมที่ชะลอตัว บริษัทฯ สามารถขยายส่วนแบ่งทางการตลาดได้เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งมีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง อันสามารถให้ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เป็นอย่างดี ตลอดจนธุรกิจถุงมือยาง บริษัทฯ มีแผนในการขยายกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่องและเร่งดำเนินการอย่างสุดความสามารถ เพื่อสนองต่อคำสั่งซื้อพร้อมรองรับความต้องการในการบริโภคที่เติบโตขึ้นทั่วโลก พร้อมรองรับยุค New Normal ต่อไป

ท้ายนี้ กลุ่มบริษัทศรีตรัง พร้อมให้การสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและคงการจ้างงานกว่า 15,000 อัตรา เพื่อให้พนักงานมีรายได้สวัสดิการในการดำรงชีพได้ตามปกติ



## การวิเคราะห์ผลประกอบการตามสายธุรกิจ



### ยางแท่ง

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางแท่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.5 ของรายได้จากการขาย ปรับลดลงร้อยละ 12.6 YoY และ 21.8 QoQ

การปรับลดลงของรายได้ YoY และ QoQ เป็นผลมาจากปริมาณการขายที่อ่อนตัวลงร้อยละ 5.1 YoY และ 17.7 QoQ อันเนื่องมาจากกลุ่มผู้บริโภคหลักของผลิตภัณฑ์ยางแท่งคือผู้ผลิตยางล้อ ซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรงจากการบริโภคที่ชะลอตัวลงในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 แต่อย่างไรก็ดี หากพิจารณาปริมาณการขายเทียบ YoY บริษัทฯ มีปริมาณการส่งออกยางแท่งไปประเทศจีนเติบโตกว่าร้อยละ 26.6 แสดงถึงแนวโน้มการฟื้นตัวที่ดีในตลาดที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 เป็นตลาดแรก ประกอบกับบริษัทฯ ยังคงได้เปรียบจากสถานการณ์ที่คู่แข่งรายใหญ่หลายรายชะลอ/ ยุติการดำเนินงาน หรือประสบปัญหาทางการเงินในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้บริษัทฯ สามารถมีราคาขายเฉลี่ยสูงกว่าราคายางแท่ง TSR20 ณ ตลาด SICOM ในช่วง 2Q63 ที่มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 110.8 cent/kg.

อย่างไรก็ดี แม้ว่าบริษัทฯ มีราคาขายเฉลี่ยของยางแท่งสูงกว่าราคาตลาด แต่ด้วยความต้องการในการบริโภคน้ำยางข้นจากอุตสาหกรรมถุงมือยางที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ประกอบกับในช่วงปลายเดือนพ.ค.และมิ.ย. เป็นช่วงที่ต้นยางเริ่มกลับมาเปิดกรีด ปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดจึงยังมีปริมาณไม่มาก ชาวสวนส่วนใหญ่จึงเน้นผลิตน้ำยางสดที่มีความต้องการและราคาดีสูงกว่ายางก้อนถ้วยและยางแผ่น ซึ่งหากบริษัทฯ ต้องซื้อยางก้อนถ้วยเข้ามาผลิตยางแท่งจึงจำเป็นต้องปรับราคารับซื้อให้แข่งขันได้กับราคาน้ำยางสดเช่นเดียวกัน จึงเป็นเหตุให้ราคาวัตถุดิบของยางแท่งในประเทศไม่สอดคล้องกับราคายางธรรมชาติในตลาดโลกเป็นระยะเวลาประมาณ 2 เดือน

ด้วยปัจจัยดังกล่าว ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของผลิตภัณฑ์ยางแท่งอ่อนตัวลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับ 1Q63 แต่ยังคงสูงกว่า 2Q62



### ยางแผ่นรมควัน

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยางแผ่นรมควัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.3 ของรายได้จากการขาย ปรับลดลงร้อยละ 38.6 YoY และ 26.4 QoQ

การปรับลดลงของรายได้ YoY และ QoQ เป็นผลมาจากทั้งปริมาณการขายที่อ่อนตัวลงร้อยละ 31.3 YoY และ 23.2 QoQ เจกเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ยางแท่ง ขณะที่ราคาขายเฉลี่ยที่ปรับลดลงร้อยละ 10.6 YoY และ 4.1 QoQ ตามทิศทางของราคายางในตลาดโลก แต่ราคาขายเฉลี่ยของยางแผ่นของบริษัทฯ ยังคงสูงกว่าราคายางแผ่น RSS3 ณ ตลาด SICOM ในช่วง 2Q63 ที่มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 137.3 cent/kg.

ด้วยเหตุผลด้านต้นทุนวัตถุดิบตั้งที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้อัตรากำไรขั้นต้นของยางแผ่นรมควันปรับลดลงเมื่อเทียบกับ 1Q63 และ 2Q62

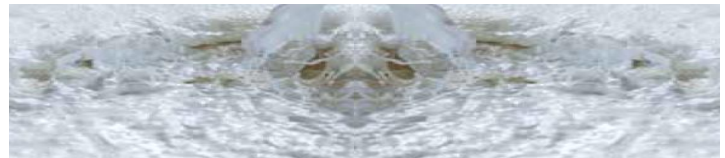


### ถุงมือยาง

รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ถุงมือยาง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.5 ของรายได้จากการขาย ขยายตัวร้อยละ 71.7 YoY และ 29.1 QoQ

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของรายได้ YoY และ QoQ เป็นผลมาจากทั้งปริมาณการขายที่ขยายตัวร้อยละ 63.1 และร้อยละ 18.1 ตามลำดับ ที่เติบโตในทุกภูมิภาคทั่วโลก รวมทั้งราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 5.3 YoY และ 9.3 QoQ สะท้อนตามความต้องการในการบริโภค ขณะที่ราคาวัตถุดิบ ทั้งน้ำยางธรรมชาติและน้ำยางไนไตรล์ปรับลดลงเล็กน้อยจากไตรมาสก่อนหน้าตลอดจนปรับลดลงอย่างมากจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้อัตราการทำกำไรของบริษัทฯ ปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากเมื่อพิจารณาเทียบทั้ง 1Q63 และ 2Q63

ด้วยปัจจัยจากทั้งความต้องการในการบริโภคที่ขยายตัวอย่างมากทั่วโลก และราคาขายเฉลี่ยที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นตามความต้องการ ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นของถุงมือยางปรับตัวดีขึ้นสูงสุดเป็นประวัติการณ์



### น้ำยางข้น

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยางข้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.7 ของรายได้จากการขาย ปรับลดลงร้อยละ 19.2 YoY และ 65.3 QoQ

การปรับตัวลดลงของรายได้ YoY และ QoQ เป็นผลมาจากทั้งราคาขายเฉลี่ยที่ปรับลดลงร้อยละ 8.7 YoY และ 5.9 QoQ ตามทิศทางของราคายางในตลาดโลก และปริมาณการขายที่อ่อนตัวลงร้อยละ 11.5 YoY และ 63.1 QoQ สืบเนื่องมาจากน้ำยางสดซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตน้ำยางข้นปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงปลายเดือนพ.ค. และเดือนมิ.ย. ทำให้บริษัทฯ ลดสัดส่วนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำยางข้น เพื่อจำหน่ายให้แก่ลูกค้านอกกลุ่มบริษัทฯ อย่างไรก็ดี การบริโภคน้ำยางข้นภายในกลุ่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 73.9 YoY และ 1.9 QoQ ตามการเติบโตของธุรกิจถุงมือยาง ทั้งนี้ รายการดังกล่าวถือเป็นรายการระหว่างกันจึงไม่ถูกแสดงในงบการเงินรวมของบริษัทฯ

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นของน้ำยางข้นปรับเพิ่มขึ้นจาก 2Q62 แต่ยังคงอ่อนตัวจาก 1Q63 ด้วยเหตุผลด้านโครงสร้างต้นทุนวัตถุดิบอันเป็นผลกระทบระยะสั้นที่เกิดขึ้นใน 2Q63



## ภาพรวมอุตสาหกรรมยางธรรมชาติ

ในไตรมาส 2/2563 ราคายางธรรมชาติ (NR) เคลื่อนไหวอยู่ในระดับต่ำตลอดทั้งไตรมาส สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและสินค้าโภคภัณฑ์หลักที่อ่อนตัวลงทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริโภคที่อ่อนตัวลงจากอุตสาหกรรมยางล้อซึ่งเป็นผู้บริโภคหลักราวร้อยละ 70 ของการบริโภคยางธรรมชาติทั่วโลก ทั้งนี้ จากมาตรการปิดเมือง (Lockdown) ของรัฐบาลในหลายประเทศ และกำลังซื้อที่ชะลอตัว ทำให้ผู้ผลิตยางล้อจำนวนมากต้องปิดโรงงานชั่วคราวเป็นระยะเวลา 4-10 สัปดาห์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต้องการบริโภคยางแผ่น และยางแท่ง ขณะที่ผลิตภัณฑ์น้ำยางข้น ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคหลักคือผู้ผลิตถูมมียางนั้น กลับมีการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากความต้องการในการใช้ถูมมียางที่ขยายตัวทั่วโลกตามการแพร่ระบาดของ COVID-19

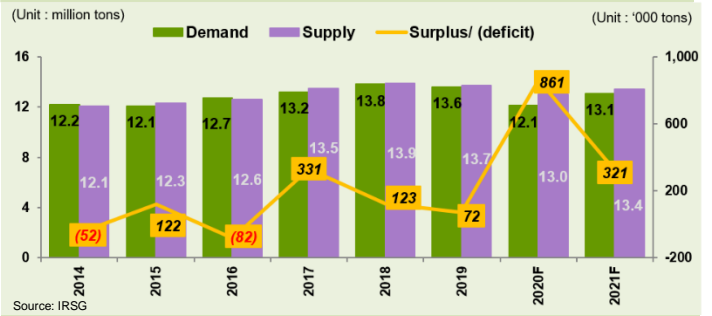
ขณะที่ทางฝั่งอุปทานของ NR ในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ - ปลายเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงฤดูปิดกรีตหรือฤดูยางผลัดใบในประเทศไทย ปริมาณผลผลิตของ NR ในช่วงไตรมาส 2/2563 จึงปรับลดลงตามปัจจัยด้านฤดูกาล อีกทั้ง รายงานของ IRSG ฉบับล่าสุด\* ได้ประมาณการว่าในช่วงไตรมาส 2/2563 ประเทศผู้ผลิต NR หลัก 3 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย และเวียดนาม มีปริมาณผลผลิตลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 12, 12 และ 5 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยกดดันจาก 1) การชะลอการเก็บเกี่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณความต้องการในการบริโภค 2) ชาวสวนยางในบางประเทศได้รับผลกระทบจากการมาตรการปิดเมือง (Lockdown) ทำให้ไม่สามารถออกไปกรีตยางได้ตามปกติ และ 3) สภาพอากาศที่แห้งแล้งในประเทศไทย ทำให้ปริมาณผลผลิตภายหลังจากเปิดกรีตน้อยกว่าที่คาดการณ์

ด้วยเหตุนี้เอง จากความต้องการในการบริโภคน้ำยางข้นที่เติบโตสวนทางกับปริมาณอุปทานของ NR ที่ลดลง ทำให้ราคาน้ำยางสด ซึ่งเป็นวัตถุดิบของการผลิตน้ำยางข้นนั้นปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก และกระทบต่อโครงสร้างต้นทุนของวัตถุดิบ ซึ่งได้แก่ ยางแผ่นรมควัน และยางก้อนถ้วย ให้ปรับเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ไรก็ดี ราคาขายในตลาดล่วงหน้า SICOM ยังคงได้รับปัจจัยกดดันหลักจากสภาวะอุปสงค์ที่อ่อนตัว ทั้งนี้ ราคายางแท่ง TSR20 เฉลี่ยอยู่ที่ 110.8 cent/kg. ปรับลดลงร้อยละ 17.0 QoQ และ 26.8 YoY ตามลำดับ โดย ณ สิ้นไตรมาสราคา ยางแท่ง TSR20 อยู่ที่ 109.3 cent/kg.

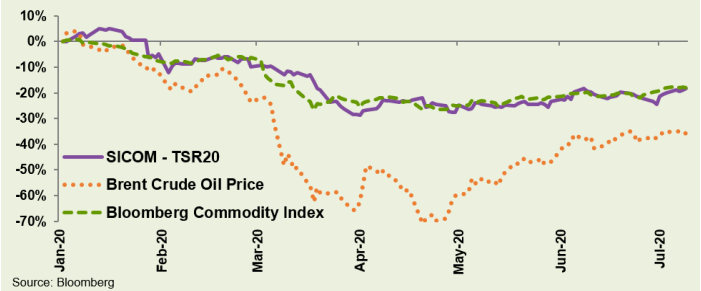
สำหรับทิศทางกรบริโภค NR ใน 3/2563 จากกลุ่มผู้ผลิตยางล้อมีแนวโน้มปรับเพิ่มสูงขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าภายหลังจากการกลับมาเปิดสายการผลิต แต่อย่างไรก็ดี ราคา NR อาจได้รับปัจจัยกดดันจากปริมาณผลผลิตที่จะออกสู่ตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ภายหลังจากเปิดกรีตได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งปริมาณสต็อกยางในตลาดล่วงหน้าเซี่ยงไฮ้ (Shanghai Futures Exchange: SHFE) ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2563 อยู่ที่ราว 240,000 ตัน ปรับลดลงเล็กน้อยจาก ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 ที่ราว 242,000 ตัน ทั้งนี้ ประเด็นที่ต้องติดตาม คือ นโยบายจากรัฐบาลประเทศต่าง ๆ ที่จะออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการบริโภค ตลอดจนความไม่แน่นอนของสภาพภูมิอากาศที่อาจกระทบต่อปริมาณวัตถุดิบ

หมายเหตุ: \* International Rubber Study Group (IRSG), Monthly Rubber Bulletin, July 2020

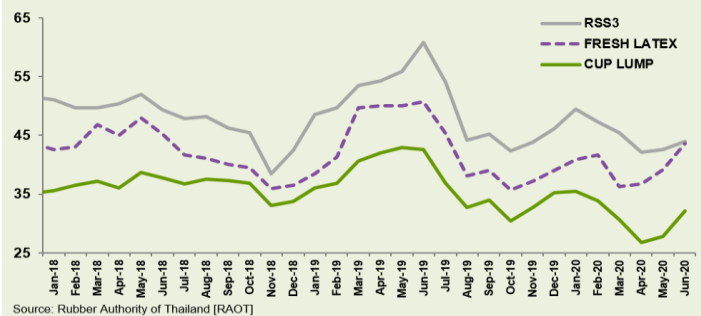
### ปริมาณความต้องการและการผลิต NR ของโลก (หลัง COVID-19)



### การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าโภคภัณฑ์

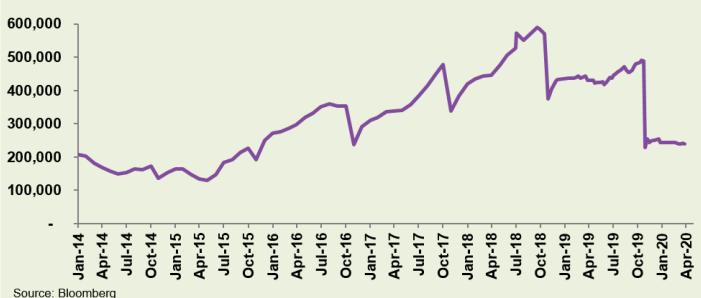


### ราคาวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์ยางแผ่น ยางแท่ง และน้ำยางข้นในประเทศไทย (บาท/กก.)



### ปริมาณสต็อกยางธรรมชาติ

#### ณ ตลาดล่วงหน้าเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน (ตัน)



## ความคืบหน้าในการขยายธุรกิจตลอดทั้ง Supply

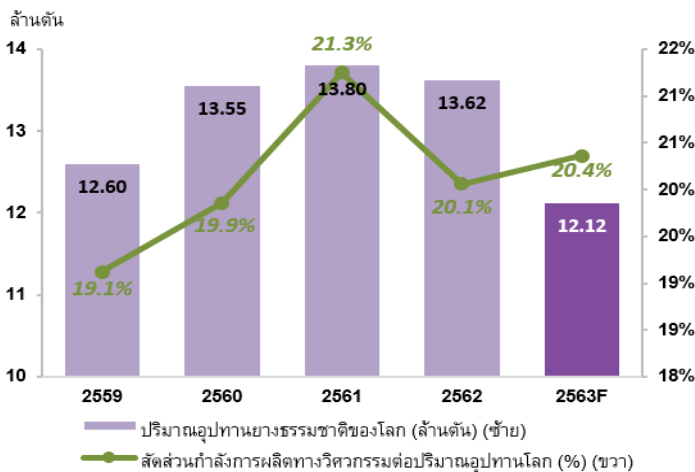
ธุรกิจต้นน้ำ – พื้นที่ประมาณ 45,000 ไร่ สำหรับทำธุรกิจสวนยาง

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 บริษัท มีพื้นที่สำหรับธุรกิจสวนยางพาราประมาณ 45,000 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ 19 จังหวัดในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยในปี 2563 บริษัท ประมาณการว่ามีต้นยางที่สามารถกรีตได้ราวร้อยละ 25 ของต้นยางที่ปลูกแล้วทั้งหมด จากร้อยละ 11 ในปีก่อน นอกจากนี้ กลุ่มบริษัทศรีตรังได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล 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 30 มิถุนายน 2563 บริษัท มีกำลังการผลิตทางวิศวกรรม 2.86 ล้านตันต่อปี จากโรงงานผลิตยางธรรมชาติทั้งสิ้นจำนวน 36 แห่ง แบ่งออกเป็น 32 แห่งในประเทศไทย 3 แห่งในประเทศอินโดนีเซีย และอีก 1 แห่งในประเทศเมียนมา ทั้งนี้ บริษัท มุ่งมั่นที่จะนำเทคโนโลยีและระบบอัตโนมัติขั้นมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดการใช้พลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง บริษัท ได้นำแอปพลิเคชัน “SRITRANG FRIENDS” มาใช้ในการรับซื้อยางธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบขั้นต้นในประเทศไทย เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการบริหารงาน โดยบริษัท มีเป้าหมายในระยะยาวที่จะรักษาความสัมพันธ์ที่มีต่อฐานลูกค้าเดิมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดท่ามกลางความผันผวนของอุตสาหกรรม เพื่อเดินหน้าสู่เป้าหมาย “ศรีตรัง 20” หรือการมีปริมาณการขายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของ “ปริมาณความต้องการยาง ธรรมชาติของโลก” (ปี 2562 บริษัท มีส่วนแบ่งทางการตลาดทั่วโลกที่ร้อยละ 8)

### สัดส่วนกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ NR ของกลุ่มศรีตรัง

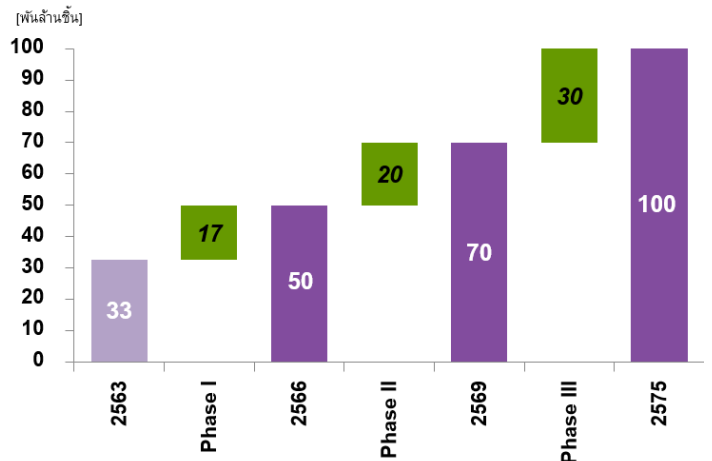


ธุรกิจปลายน้ำ – ตั้งเป้ากำลังการผลิตถุงมือยางที่ 50,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2566 และ 70,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2569

บริษัท ศรีตรังโกลฟส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (“STGT”) เป็นหนึ่งในบริษัทหลัก (Flagship Company) ของกลุ่ม STA ในการประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายถุงมือยางธรรมชาติและถุงมือยางไนไตรล์ที่ใช้ในทางการแพทย์และทางอุตสาหกรรม ให้แก่ลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศกว่า 140 ประเทศทั่วโลก มีสำนักงานทั้งในประเทศไทย จีน และสหรัฐอเมริกา ด้วยกำลังการผลิตติดตั้งของถุงมือยางทั้งสิ้นราว 33,000 ล้านชิ้นต่อปี ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 ซึ่งนับได้ว่า STGT เป็นผู้ผลิตถุงมือยางรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และจัดเป็นผู้ผลิตถุงมือยางในอันดับต้นๆ ของโลก โดยในปี 2562 STGT มีส่วนแบ่งทางการตลาดแล้วกว่าร้อยละ 7 ของความต้องการบริโภคถุงมือยางทั่วโลก

STGT ได้เข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้เข้าซื้อขายวันแรกเมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2563 ที่ผ่านมา โดย STGT ได้รับเงินจากการระดมทุนภายหลังจากหักค่าใช้จ่ายราว 14.6 ล้านบาท ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเงินจากการระดมทุนใช้ในการขยายกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการใช้ถุงมือยางที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง มุ่งสู่การเป็นผู้ผลิตถุงมือยางที่ใช้ในทางการแพทย์และอุตสาหกรรมรายใหญ่ที่มีกำลังการผลิต 50,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2566 และ 70,000 ล้านชิ้นต่อปี ภายในปี 2569 โดยโครงการขยายกำลังการผลิตที่เร็วที่สุดจะเข้ามาในช่วง 1Q64 จากโรงงานแห่งใหม่ที่จ.สุราษฎร์ธานี (SR2) ตลอดจนนำเงินจากการระดมทุนไปติดตั้งระบบ SAP เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน และชำระคืนเงินกู้แก่สถาบันการเงิน รวมถึงใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ ทั้งนี้ ในไตรมาส 3/2563 ภายหลังจากการ IPO ของ STGT บริษัท ยังคงสถานะการเป็นผู้อถือหุ้นใหญ่ และมีสัดส่วนการถือหุ้นใน STGT ทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมร้อยละ 56.1

### แผนการขยายกำลังการผลิตถุงมือยางของ STGT



Member of SRI TRANG GROUP

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

