

ที่ 003/2564

วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564

เรื่อง นำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 ของบริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 1 ฉบับ

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน) ("TWPC") ขอนำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563 มายังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

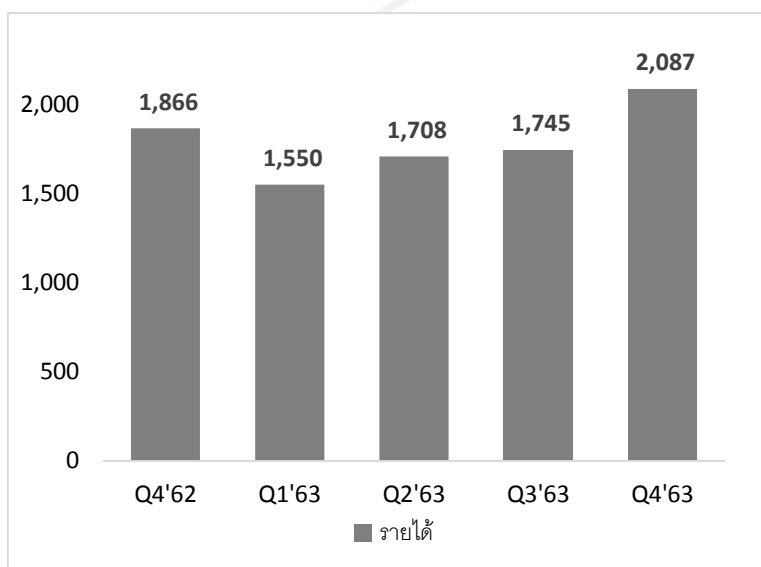
(นางอรอนงค์ วิชชุชาญ)

Group Chief Financial Officer

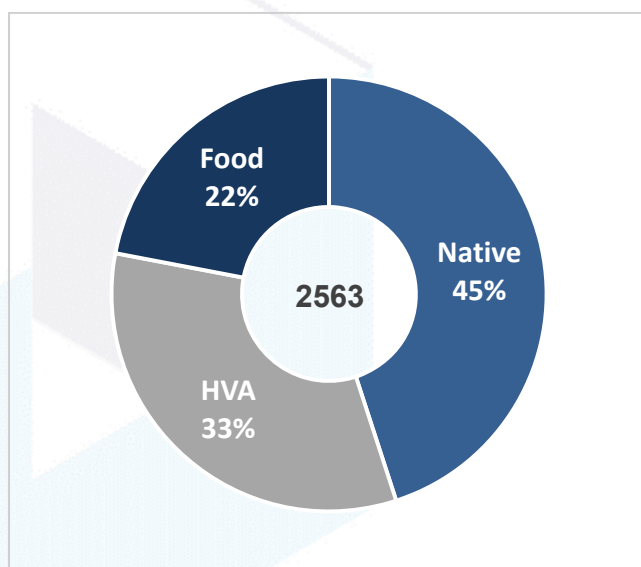
บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
 สำหรับไตรมาส 4/2563 และปี 2563 สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2563

รายได้รายไตรมาส



ยอดขายแยกตามธุรกิจ



สรุปรายได้ในไตรมาสที่ 4 ปี 2563

ยอดขายไตรมาสที่ 4 ปี 2563 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง (Native) จำนวน 1,008 ล้านบาท หรือร้อยละ 48 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 658 ล้านบาท หรือร้อยละ

ละ 32 และรายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 421 ล้านบาท หรือร้อยละ 20 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 2,087 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 221 ล้านบาท หรือร้อยละ 12 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ยอดขายรวมของบริษัทฯ และบริษัทย่อยในปี 2563 เท่ากับจำนวน 7,090 ล้านบาท ลดลงจำนวน 233 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา หรือ ร้อยละ 3 การลดลงส่วนใหญ่เป็นผลมาจากราคาขายเฉลี่ยของสินค้าแป้งมันสำปะหลังลดลงร้อยละ 3 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด 19) อย่างไรก็ตามยอดขายกลุ่มธุรกิจอาหารยังสามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง เพิ่มขึ้นจำนวน 114 ล้านบาท หรือร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สวนทางกับสถานะเศรษฐกิจที่หดตัวในปี 2563

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 16 สามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นได้เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2562 ซึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตของสัดส่วนยอดขายจากธุรกิจอาหารซึ่งเป็นธุรกิจที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูง

ถึงแม้ว่าสัดส่วนธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จะลดลง และมีอัตราการทำกำไรสุทธิต่อยอดขายเท่ากับร้อยละ 0.5 ลดลงจากปี 2562 สาเหตุหลักมาจากรายได้เงินปันผลที่ลดลงประมาณ 31 ล้านบาท จากไตรมาส 4 ปี 2562 ค่าใช้จ่ายทางการเงินที่เพิ่มขึ้นจากการออกจำหน่ายพันธบัตรในไตรมาสที่ 2 ปี 2019 และดอกเบี้ยจ่ายที่เกิดขึ้นจากสินทรัพย์สิทธิการใช้ตามการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานบัญชีใหม่

สำหรับสถานการณ์โควิด 19 ถือเป็นผลกระทบในระยะสั้นต่อทั้งภาคเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมทั่วโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มั่นใจว่ารายได้จะเติบโตอย่างต่อเนื่องได้ในปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานแยกตามหน่วยธุรกิจดังต่อไปนี้



	4Q'62	4Q'63	4Q63 VS 4Q62	2562	2563	YoY	3Q'63	QoQ
รายได้จากการขาย	1,866	2,087	12%	7,323	7,090	(3%)	1,745	20%
ต้นทุนขาย	1,562	1,778	14%	6,133	5,977	(3%)	1,541	15%
กำไรขั้นต้น	304	309	2%	1,190	1,113	(6%)	204	51%
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	302	303	0%	1,113	1,113	0%	259	17%
รายได้อื่นๆ*	52	21	(60%)	96	113	18%	18	17%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และ ต้นทุนทางการเงิน	54	27	(50%)	173	113	(35%)	(37)	(173%)
ต้นทุนทางการเงิน	13	17	31%	47	69	47%	17	0%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	41	10	(76%)	124	44	(65%)	(54)	(119%)
ภาษีเงินได้	2	-	(100%)	32	9	(72%)	(5)	(100%)
กำไรสุทธิ	39	10	(74%)	94	35	(63%)	(49)	(120%)
กำไรต่อหุ้น	0.04	0.01	(66%)	0.11	0.04	(60%)	(0.05)	(127%)
FX: USD/THB	30.1	30.6	1%	30.9	31.3	1%	31.3	(2%)
อัตรากำไรขั้นต้น	16%	15%	(1%)	16%	16%	0%	12%	3%
%ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร/ยอดขาย	16%	15%	(1%)	15%	16%	1%	15%	0%
อัตรากำไรสุทธิ	2%	0%	(2%)	1%	0%	(1%)	(3%)	3%

*รวมกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนสุทธิกับกำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานแยกตามหน่วยธุรกิจดังต่อไปนี้

รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง

ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2563 ยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 1,008 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 21 จากปีก่อน และยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวนเท่ากับ 658 ล้านบาท ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังพื้นตัวอย่างชัดเจน ตอบสนองความต้องการสินค้าที่สูงขึ้นมาก

สะสมจากช่วงที่มีการใช้มาตรการล็อกดาวน์ในช่วงระหว่างกลางปี

อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ เผชิญกับความท้าทายในปัญหาเรื่องขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ และค่าระวางเรือที่ปรับตัวสูงขึ้น อย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้การส่งออกสินค้าบางส่วนล่าช้า ในขณะเดียวกันปริมาณการขายแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่มเพิ่งเริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัวที่สดใสเนื่องจากความ

ต้องการในประเทศส่งออกที่สำคัญอื่นๆ เริ่มฟื้นตัว
จากผลกระทบของโควิด

ยอดขายธุรกิจแป้งมันสำปะหลังสำหรับปี 2563 มี
จำนวนเท่ากับ 3,180 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1 จาก
ปีก่อน และธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม
(HVA) มีจำนวนเท่ากับ 2,343 ล้านบาท ลดลงร้อย
ละ 12 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

รายได้จากธุรกิจอาหาร

บริษัทฯ ยังคงเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์
เส้นและเส้นก๋วยเตี๋ยว และเติบโตอย่างแข็งแกร่ง
โดยเฉพาะในช่องทางการขายที่สำคัญ ตลาดใน
ประเทศเป็นตลาดหลักสำหรับธุรกิจอาหาร ในขณะที่
ที่การส่งออกยังรักษาอัตราการเติบโตได้ดี ในอัตรา
เลขสองหลัก

โดยในไตรมาสที่ 4 ปี 2563 ยอดขายรวมจากธุรกิจ
อาหารมีจำนวนเท่ากับ 421 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อย
ละ 12 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

สำหรับปี 2563 บริษัทฯ มียอดขายจากธุรกิจอาหาร
จำนวนเท่ากับ 1,567 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8
จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีสัดส่วน
ยอดขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 83 ในขณะที่
ยอดขายจากการส่งออกไปขายในต่างประเทศคิด

โดยบริษัทฯ ยังเชื่อมั่นว่าผลกระทบจากโควิด 19
เป็นผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในระยะสั้น จาก
ตัวเลขปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของ
ประเทศไทยในไตรมาสที่ 4 ฟื้นตัวกลับมาอย่างแข็ง
แกร่งเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ที่มา : กรม
ศุลกากร) โดยเฉพาะประเทศจีน ซึ่งเป็นตลาด
ส่งออกมันสำปะหลังที่ใหญ่ที่สุด

เป็นร้อยละ 17 ของยอดขายจากธุรกิจอาหาร
ทั้งหมด

โดยยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มขึ้นในทุก
ช่องทางหลัก โดยเฉพาะการส่งออก การค้าขาย
ปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) และหน่วยรณเงินสด
รวมถึงการเติบโตของปริมาณการขายในประเทศ
เวียดนามที่เติบโตถึงร้อยละ 154 ซึ่งเป็นผลมาจาก
การขายการจัดจำหน่าย การพัฒนาสินค้ารูปแบบ
ใหม่ที่ดีต่อสุขภาพ สุขอนามัย และความ
สะดวกสบาย เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในประเทศ
เวียดนาม

ในขณะที่ยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารผ่านช่องทาง
ขายส่ง (wholesale) ยังคงเป็นความท้าทาย
เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารได้รับผลกระทบ
โดยตรงจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย รวมถึงการค้า
ระหว่างชายแดน เนื่องจากการสั่งปิดจุดผ่านแดน

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมเชื้อโควิด - 19

นอกจากนี้ยอดขายของบริษัทฯ ในปี 2564 คาดว่า จะสามารถรักษาสถานะการเติบโตที่สูงกว่าปีก่อนได้

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้นในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2563 มีจำนวน เท่ากับ 309 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น ร้อยละ 15 ถึงแม้ว่าอัตรากำไรขั้นต้นจะลดลงร้อยละ 1 จากผลกระทบของการแข่งขันด้านราคาของ ธุรกิจแป้งมันสำปะหลังและการลดลงของสัดส่วน ปริมาณขายของแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) แต่กำไรขั้นต้นก็เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 จากในช่วง ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 สาเหตุหลักมาจากปริมาณ การส่งออกแป้งมันสำปะหลังที่เพิ่มขึ้น เพื่อ ตอบสนองต่อความต้องการแป้งมันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในประเทศจีน

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะได้รับผลกระทบจากการแข่งขัน ด้านราคาที่สูงขึ้นหลังจากการยกเลิกมาตรการ ควบคุมโรคโควิด-19 ของประเทศจีน และสัดส่วน ปริมาณขายของแป้งมูลค่าเพิ่มที่ลดลง บริษัทฯ ยังมีอัตรากำไรขั้นต้นในปี 2563 จำนวน 1,113 ล้าน บาท หรือร้อยละ 16 ใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปี ก่อน ปัจจัยหลักเนื่องจากการเติบโตของสัดส่วน ธุรกิจอาหารซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นสูง การลดลงของ

เนื่องจากความต้องการของผลิตภัณฑ์เดิมที่เพิ่มขึ้น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง และการ เน้นขยายฐานลูกค้าใหม่

ต้นทุนวัตถุดิบ และการปรับปรุงประสิทธิภาพการ ผลิตอย่างต่อเนื่อง

แม้ว่าปริมาณการขายของแป้งมูลค่าเพิ่มลดลงจาก สาเหตุที่กล่าวมาข้างต้น ในขณะที่รายได้จากธุรกิจ แป้งมันสำปะหลัง (Native) ยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการใช้แป้งของตลาดจีนนำอย่างจีน ประกอบกับราคาแป้งข้าวโพดที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่าง มากในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา ส่งผลให้ลูกค้าบาง รายเปลี่ยนมาใช้แป้งมันสำปะหลัง เป็นสินค้า ทดแทน

โดยประมาณการหัวมันสำปะหลังในฤดูกาลผลิต 2563/2564 คาดว่าจะออกสู่ตลาดในปริมาณ 28.32 ล้านตัน มากกว่าฤดูกาลผลิต 2562/2563 ร้อยละ 12 นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการติดตาม สถานการณ์หัวมันสำปะหลังอย่างใกล้ชิด ตลอดจน ดำเนินการโครงการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกมัน สำปะหลัง รวมถึงสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถได้ ผลผลิตต่อไร่ที่เพิ่มขึ้น ด้วยเทคโนโลยีการทำฟาร์ม อัจฉริยะที่จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือน เกษตร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2563 จำนวน 302 ล้านบาท ใกล้เคียงกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ถึงแม้ว่าปีก่อนจะมีค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ จำนวน 15 ล้านบาท หักลบกับค่าใช้จ่ายพิเศษเนื่องจากสถานการณ์โควิด

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในปี 2563 เท่ากับจำนวน 1,113 ล้านบาท เท่ากับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการหักกลับกันของรายการพิเศษ โดยปี 2562 มีการบันทึกสำรองผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้นจากกฎหมายแรงงานที่เปลี่ยนจำนวน 50 ล้านบาท (ตามมาตรฐานแรงงานใหม่) ค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ 8

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท

ผลการดำเนินงานไตรมาส 4 ปี 2563 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นจำนวนเท่ากับ 5 ล้านบาท ลดลง 47 ล้านบาท จากไตรมาส 4 ปี 2562 การลดลงส่วนใหญ่เกิดจากบริษัทฯ ได้รับเงินปันผลระหว่างกาล จำนวน 31 ล้านบาทในไตรมาส 4 ปี 2562 ประกอบกับอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง

อย่างไรก็ตามผลการดำเนินงานในปี 2563 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นจำนวนเท่ากับ 38 ล้านบาท ลดลง 30 ล้าน

ล้านบาท หักลบกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในปี 2563 ได้แก่รายการสำรองการด้อยค่าของเงินลงทุนในตราสารหนี้จำนวน 10 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายเนื่องจากสถานการณ์โควิด ประมาณ 18 ล้านบาท เช่น ค่าประกันภัยโควิดให้แก่พนักงาน ค่าใช้จ่ายด้านสุขอนามัยและการฆ่าเชื้อไวรัส ค่าคลังสินค้าชั่วคราว และค่าใช้จ่ายท่าเรือเพิ่มเติม เนื่องจากมาตรการควบคุมการส่งออกที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด เป็นต้น โดยบริษัทฯ มีมาตรการควบคุมต้นทุนเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายในช่วงปีโควิดอย่างเข้มข้น นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารของบริษัทเพิ่มขึ้นจากบริษัทย่อยที่ได้เข้าซื้ออีกประมาณ 14 ล้านบาท

บาท เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากรายได้และกำไรขั้นต้นที่ลดลงเนื่องจากเหตุผลที่กล่าวข้างต้น และรายได้เงินปันผลที่ลดลง 31 ล้านบาท หักลบกับการลดลงของผลกระทบบครั้งเดียวของรายการสำรองผลประโยชน์ของพนักงาน จำนวน 53 ล้านบาทในปี 2562 กำไรจากการซื้อธุรกิจ จำนวน 25 ล้านบาท กำไรจากการขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน จำนวน 18 ล้านบาท และกำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน จำนวน 13 ล้านบาท

อย่างไรก็ตามบริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะขยายแหล่งจัดหาแหล่งปลุกมันสำปะหลังที่สำคัญ เช่น ประเทศไทย เวียดนาม และกัมพูชา เพื่อเพิ่มแหล่งจัดหาวัตถุดิบ รวมถึงร่วมมือกับมูลนิธิสถาบันพัฒนามันสำปะหลังแห่งประเทศไทย (TTDI) ใช้เทคโนโลยีในการขยายพันธุ์มันสำปะหลังต้านทานโรคอย่างเร่งด่วน เพื่อแจกจ่ายให้กับเครือข่ายเกษตรกร

บทวิเคราะห์กระแสเงินสด

สำหรับปี 2563 เงินสดสุทธิได้มาจากการดำเนินงานอยู่ที่ จำนวน 571 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 105 ล้านบาท หรือร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักมาจากการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่ดีขึ้น โดยเฉพาะสินค้าคงคลัง

นอกจากนี้ บริษัทฯ คาดว่าความต้องการแป้งมันสำปะหลังในตลาดโลกยังเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยเฉพาะในประเทศจีน และได้หวั่น ซึ่งมีสัญญาอนุญาตการฟื้นตัวที่ดี

นอกจากนี้บริษัททยอยแห่งใหม่ที่จัดตั้งขึ้นในประเทศอินโดนีเซีย ในปี 2563 จะช่วยขยายฐานลูกค้าในประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งมีความต้องการใช้แป้งมันสำปะหลังดัดแปรที่สูง

โดยบริษัทฯ ยังคงความสามารถในการรักษาเงินสดที่แข็งแกร่งเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและโครงการต่างๆ ในอนาคต