

ที่ 010/2564

วันที่ 14 พฤษภาคม 2564

เรื่อง นำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีงบประมาณเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564
ของบริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีงบประมาณเดือน สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564
จำนวน 1 ฉบับ

บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน) ขอนำส่งคำอธิบายและวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการ ประจำปีงบประมาณเดือน
สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564 มายังตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางอรอนงค์ วิชชุชาญ)

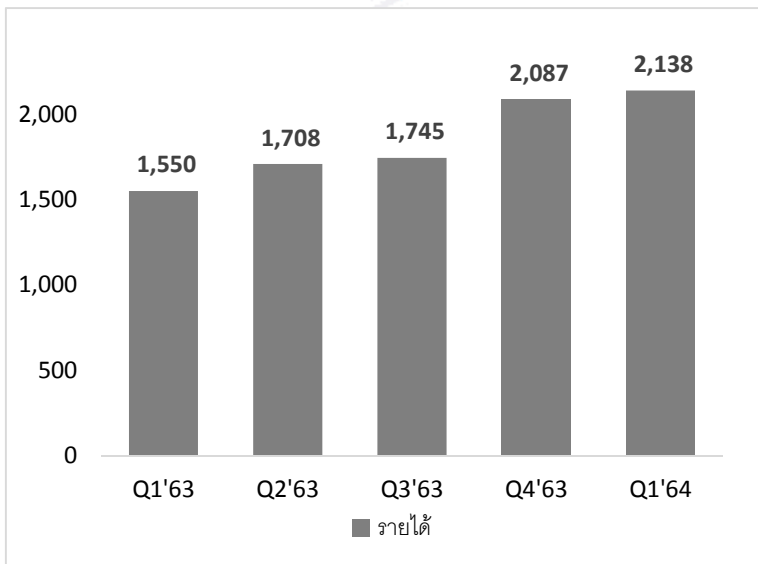
Group Chief Financial Officer



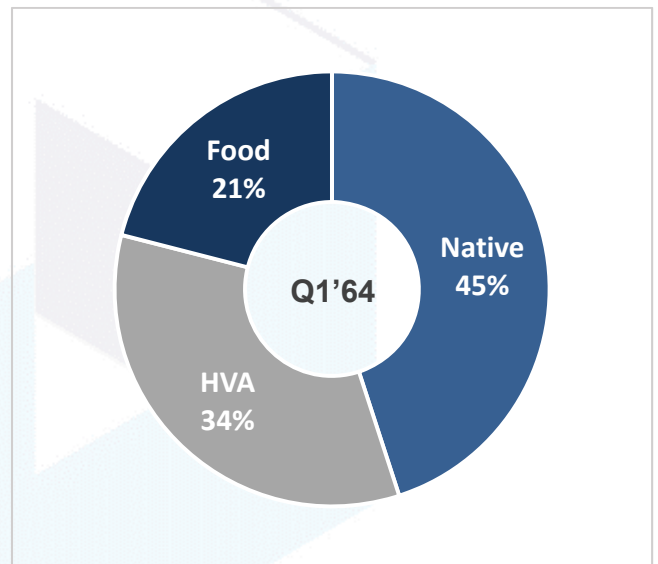
บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการ
สำหรับไตรมาส 1/2564 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2564

รายได้รายไตรมาส



ยอดขายแยกตามธุรกิจ



สรุปรายได้ในไตรมาสที่ 1 ปี 2564

ยอดขายไตรมาสที่ 1 ปี 2564 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประกอบด้วยรายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง (Native) จำนวน 969 ล้านบาท หรือร้อยละ 45 รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) จำนวน 732 ล้านบาท หรือร้อยละ 34 และ

รายได้จากธุรกิจอาหารจำนวน 437 ล้านบาท หรือร้อยละ 21 รวมเป็นยอดขายทั้งหมด 2,138 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 587 ล้านบาท หรือร้อยละ 38 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา

การเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นผลมาจากปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะการส่งออกไปประเทศจีน และราคาขายเฉลี่ยของสินค้าแป้งมันสำปะหลังเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (โควิด 19) อย่างรุนแรง รวมถึงยอดขายกลุ่มธุรกิจอาหารยังสามารถเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง เพิ่มขึ้นจำนวน 57 ล้านบาท หรือร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน สวนทางกับสถานะเศรษฐกิจที่หดตัว

นอกจากนี้บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 23 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีอัตราขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 22 ซึ่งเป็นผลมาจากราคาขายปรับตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าราคาต้นทุนวัตถุดิบ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนของธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นสูง และมีอัตราการทำกำไรสุทธิต่อยอดขายเท่ากับร้อยละ 7 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จากปีที่ผ่านมา

สาเหตุหลักมาจากปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น อัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น และค่าใช้จ่ายพิเศษลดลงจากช่วงสถานการณ์โควิดระบาดรอบแรกในปีที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าไตรมาสที่ 1 ปี 2563 บริษัทมีรายได้พิเศษจากการเข้าซื้อกิจการของบริษัท เอเชีย ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง จำกัด (ATP) จำนวน 25 ล้านบาท และมีกำไรจากการขายอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนจำนวน 18 ล้านบาท

สำหรับสถานการณ์โควิด 19 ถือเป็นผลกระทบในระยะสั้นต่อทั้งภาคเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมทั่วโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะโควิด 19 ที่ระบาดรอบ 3 ในประเทศไทย มีโอกาสส่งผลให้เข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยซ้ำสอง อย่างไรก็ตาม บริษัทฯ มั่นใจว่ารายได้จะเติบโตอย่างต่อเนื่องได้ในปี 2564

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานแยกตามหน่วยธุรกิจดังต่อไปนี้

	1Q'63	1Q'64	1Q'64 VS 1Q'63	4Q'63	QoQ
รายได้จากการขาย	1,550	2,138	38%	2,087	2%
ต้นทุนขาย	1,215	1,653	36%	1,778	(7%)
กำไรขั้นต้น	335	484	44%	309	57%
ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร	269	319	18%	303	5%
รายได้อื่นๆ*	56	35	(38%)	21	64%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และต้นทุนทางการเงิน	122	200	64%	27	641%
ต้นทุนทางการเงิน	15	17	18%	17	1%
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	107	183	70%	10	1,728%
ภาษีเงินได้	19	34	77%	-	-
กำไรสุทธิ	88	149	69%	10	1,387%
กำไรต่อหุ้น	0.10	0.17	69%	0.01	1,387%
FX: USD/THB	31.3	30.3	(3%)	30.6	(34%)
อัตรากำไรขั้นต้น	22%	23%	1%	15%	8%
%ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร/ยอดขาย	17%	15%	(2%)	15%	0%
อัตรากำไรสุทธิ	6%	7%	1%	0%	6%

*รวมกำไรขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินสุทธิตกกับกำไรขาดทุนจากการวัดมูลค่ายุติธรรมของตราสารอนุพันธ์

บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีผลการดำเนินงานแยกตามหน่วยธุรกิจดังต่อไปนี้

รายได้จากธุรกิจแป้งมันสำปะหลัง

ในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2564 ยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมีจำนวนเท่ากับ 969 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 46 จากปีก่อน และยอดขายจากธุรกิจแป้งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) มีจำนวนเท่ากับ 732 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากปริมาณการส่งออกแป้งมันสำปะหลังพื้น

ตัวอย่างชัดเจน ตอบสนองความต้องการสินค้าที่สูงขึ้นมากสะสมจากปัญหาเรื่องขาดแคลนผู้คอนเทนเนอร์อย่างมีนัยสำคัญ ในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2563 ประกอบกับราคาส่งออกเฉลี่ยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ในขณะที่เดียวกันปริมาณการขายแบ่งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่มกลับมาฟื้นตัว เนื่องจากความต้องการในประเทศส่งออกที่สำคัญอื่นๆ

ตัวเลขปริมาณการส่งออกแบ่งมันสำปะหลังของประเทศไทยในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เพิ่มขึ้นร้อยละ 56 และมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 63 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (ที่มา : กรมศุลกากร)

รายได้จากธุรกิจอาหาร

บริษัทฯ ยังคงเป็นหนึ่งในผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นและเส้นก๋วยเตี๋ยว และเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยเฉพาะในช่องทางการขายที่สำคัญ ตลาดในประเทศเป็นตลาดหลักสำหรับธุรกิจอาหาร ในขณะที่การส่งออกยังรักษาอัตราการเติบโตได้ดี ในอัตราเลขสองหลัก

โดยในไตรมาสที่ 1 ปี 2564 ยอดขายรวมจากธุรกิจอาหารมีจำนวนเท่ากับ 437 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีสัดส่วนยอดขายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 81 ในขณะที่ยอดขายจากการส่งออกไปขายในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 19 ของยอดขายจากธุรกิจอาหารทั้งหมด

โดยยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารเพิ่มขึ้นในทุกช่องทางหลัก โดยเฉพาะการส่งออก การขายส่ง

(Wholesale) และหน่วยรถเงินสด รวมถึงการเติบโตของปริมาณการขายในประเทศเวียดนามที่เติบโตถึงร้อยละ 59 ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายการจัดจำหน่าย

ในขณะที่ยอดขายผลิตภัณฑ์อาหารผ่านช่องทางร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) ลดลงร้อยละ 14 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากผู้บริโภคหันไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหารผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ตลาดสด หรือร้านอาหารขนาดเล็ก ผ่านมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ คนละครึ่ง-เราชนะ-เรารักกัน

นอกจากนี้ยอดขายของบริษัทฯ ในปี 2564 คาดว่า จะสามารถรักษาอัตราการเติบโตต่อเนื่องจากปีก่อนได้ จากความต้องการของผลิตภัณฑ์เดิมที่เพิ่มขึ้น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง และการขยายฐานลูกค้าใหม่

กำไรขั้นต้น

บริษัทฯ มีกำไรขั้นต้นในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2564 จำนวนเท่ากับ 484 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 23 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากราคาส่งออกแบริ่งมันสำปะหลังที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากกว่าราคาต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น การฟื้นตัวของธุรกิจแบริ่งมันสำปะหลังมูลค่าเพิ่ม (HVA) และการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต

ราคาส่งออกแบริ่งมันสำปะหลังปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการใช้แบริ่งของตลาดชั้นนำ

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารในช่วงไตรมาสที่ 1 ปี 2564 จำนวน 319 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 18 จาก 269 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เกิดจากการ

กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นของบริษัท

ผลการดำเนินงานไตรมาส 1 ปี 2564 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อยกำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นจำนวนเท่ากับ 128 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 46 ล้านบาท ร้อยละ 56 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ถึงแม้ว่า ปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีรายการกำไรพิเศษครั้งเดียว จากการเข้าซื้อกิจการและจากการขาย

อย่างจีน ประกอบกับราคาแบริ่งข้าวโพดที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากตั้งแต่ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ลูกค้าบางรายเปลี่ยนมาใช้แบริ่งมันสำปะหลัง เป็นสินค้าทดแทน

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการติดตามสถานการณ์หัวมันสำปะหลังอย่างใกล้ชิด ตลอดจนดำเนินการโครงการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกมันสำปะหลัง รวมถึงสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถได้ผลผลิตต่อไร่ที่เพิ่มขึ้น ด้วยเทคโนโลยีการทำฟาร์มอัจฉริยะที่จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือนเกษตรกร

เพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าสอดคล้องกับปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับค่าจ้างที่ปรึกษาและค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสินค้า

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน รวมจำนวน 44 ล้านบาท ในไตรมาส 1 ปี 2563

กำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้น สาเหตุหลักมาจากปริมาณขายที่เพิ่มขึ้นและอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากเหตุผลที่กล่าวข้างต้น ประกอบกับ บริษัทฯ ได้รับเงินสนับสนุนจากการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก

และเงินสนับสนุนจากรัฐบาลจีนสำหรับกิจการที่
ได้รับผลกระทบจากโควิด 19 รวมจำนวน 5 ล้าน
บาท

นอกจากนี้ บริษัทฯ คาดว่าความต้องการแบ่งมัน
สำปะหลังในตลาดโลกยังเติบโตอย่างแข็งแกร่ง
ต่อเนื่องตลอดทั้งปี

บทวิเคราะห์กระแสเงินสด

สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2564 เงินสดสุทธิใช้ไปใน
กิจกรรมดำเนินงานอยู่ที่ จำนวน 317 ล้านบาท
ยอดใช้ไปลดลง 141 ล้านบาท หรือร้อยละ 31 เมื่อ
เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สาเหตุ
หลักมาจากกำไรจากการดำเนินงานที่สูงขึ้น และ
การบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่ดีขึ้น

โดยบริษัทฯ ยังคงความสามารถในการรักษาเงินสด
ที่แข็งแกร่งเพียงพอสำหรับการลงทุนขยายงานและ
โครงการต่างๆ ในอนาคต