

12 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการสำหรับงบการเงินรวมประจำไตรมาสที่ 3  
และงวดเก้าเดือนปี 2564

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือน  
และ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2564 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### **1. ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือน (กรกฎาคม - กันยายน 2564: ไตรมาส 3 ปี 2564)**

#### **1.1 รายได้จากการขาย**

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาสที่ 3 ประจำปี 2564 ซึ่งผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต  
แล้วปรากฏว่าบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 1,586.8 ล้านบาท ลดลงจำนวน 23.1 ล้านบาท หรือลดลง  
ร้อยละ 1.4 เทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2563 ที่เท่ากับ 1,609.9 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลกระทบจากสถานการณ์  
แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 และรัฐบาลได้มีมาตรการควบคุมโรคด้วยการล็อกดาวน์ ในช่วงเดือน  
กรกฎาคม - สิงหาคม 2564 และเริ่มผ่อนคลายมาตรการในช่วง กันยายน 2564 ในช่วงดังกล่าวบริษัทฯ ได้  
ดำเนินการเพิ่มยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่สำหรับการบริโภคในครัวเรือน ตลอดจนมีรายการส่งเสริม  
การขายด้านราคาในบางผลิตภัณฑ์และบางช่องทางการจำหน่าย ส่งผลให้สามารถรักษาปริมาณการขาย  
เครื่องดื่มทั้งหมดอยู่ที่ 15.1 ล้านยูนิตเคส เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.9 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่เท่ากับ  
15.0 ล้านยูนิตเคส

ทั้งนี้บริษัทฯ มีการดำเนินการด้านการขายและการตลาดเพื่อรักษาปริมาณยอดขายดังนี้

- I. ปรับช่องทางการจำหน่ายผ่านกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แบบ Hypermarket และ  
Supermarket, ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience store) และ แม็คโคร โดยปริมาณขายใน  
ช่องทางการจำหน่ายในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 12.5 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน
- II. เสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามากขึ้นให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มปริมาณ 50 มิลลิลิตร  
ในผลิตภัณฑ์ PET ขนาด 455 มิลลิลิตร เป็น 505 มิลลิลิตร

- III. เสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามากขึ้นให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มปริมาณ 200 มิลลิตร ในผลิตภัณฑ์ PET ขนาด 1.25 ลิตร เป็น 1.45 ลิตร

โดยบริษัทฯ ยังคงรักษาความเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 25.7 และ ส่วนแบ่งการตลาดน้ำอัดลมในไตรมาส 3 ปี 2564 ได้ที่ระดับร้อยละ 80.9

## 1.2 ต้นทุนขายและอัตรากำไรขั้นต้น

ต้นทุนขาย เท่ากับ 956.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.5 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.8 เทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2563 ส่งผลให้ อัตรากำไรขั้นต้นลดลง 1.3 จุดเปอร์เซ็นต์ จากอัตราร้อยละ 41.0 ในช่วงเดียวกันของปี 2563 เป็นร้อยละ 39.7 ในปี 2564 เนื่องจาก

- I. การปรับการขายเน้นผลิตภัณฑ์เพื่อปริมาณเพื่อบริโภคในครัวเรือน ( Product Mix)
- II. การปรับการขายผ่านช่องทาง ( Channel Mix)
- III. การส่งเสริมด้านราคา ด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามากขึ้นให้แก่ผู้บริโภค (Price Mix)
- IV. ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวเพิ่มขึ้น

## 1.3 ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย เท่ากับ 310.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 12.0 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0 จากช่วงเดียวกันของปี 2563 และค่าใช้จ่ายในการบริหาร เท่ากับ 164.2 ล้านบาท ลดลงจำนวน 12.4 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 7.0 รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A expenses) รวม เท่ากับ 474.6 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาเท่ากับ 475.0 ล้านบาท หรือลดลง 0.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.1 ส่วนใหญ่มาจากค่าใช้จ่ายดังนี้

- I. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจาก
  - 1) ต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.0 โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากต้นทุนราคาเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ต้นทุนคงที่เพื่อลดผลกระทบ
  - 2) ค่าใช้จ่ายด้านส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 26.6 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการปรับเปลี่ยนช่องทางการกระจายสินค้า รองรับนโยบายการเริ่มผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดไวรัสโควิด -19
- II. ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรที่ลดลงและการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น

#### 1.4 ต้นทุนทางการเงินและค่าใช้จ่ายทางภาษี

ต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 3.1 ล้านบาท ลดลงจำนวน 0.6 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 16.9 เป็นผลมาจากบริษัทฯ ได้มีการชำระหนี้สินเงินต้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้นจำนวน 11.2 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 60.9 จากการที่บริษัทฯ มีกำไรทางภาษีที่สูงกว่ากำไรทางบัญชี

#### 1.5 กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิแสดงไว้ในงบการเงินรวมเป็นจำนวน เท่ากับ 124.9 ล้านบาท เปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรจำนวน 168.0 ล้านบาท ลดลงจำนวน 43.0 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 25.7 และมีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 7.9 ลดลงช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีอัตรากำไรสุทธิที่ ร้อยละ 10.4 จากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง

### 2. ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน (มกราคม – กันยายน 2564)

#### 2.1 รายได้จากการขาย

ผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน ประจำปี 2564 ซึ่งผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว ปรากฏว่าบริษัทฯ มีรายได้จากการขาย เท่ากับ 4,910.7 ลดลง 59.3 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 1.2 เทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2563 ที่เท่ากับ 4,970.0 ล้านบาท แม้ปริมาณการขายเครื่องดื่มจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 จาก 45.9 ล้านยูนิตเคส ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็น 46.7 ล้านยูนิตเคสในปี 2564 เนื่องจากบริษัทฯ ได้ดำเนินการเพิ่มยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่สำหรับการบริโภคในครัวเรือน ตลอดจนมีรายการส่งเสริมการขายด้านราคาในบางผลิตภัณฑ์และบางช่องทางการจำหน่าย

ในรอบ 9 เดือน ที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ดำเนินการเพื่อปรับระบบการดำเนินงานในบริษัทฯ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามมาตรการควบคุมการแพร่ของไวรัส COVID-19 อันได้แก่

- I. สร้างความมั่นใจว่า สินค้าผลิตภัณฑ์แพ็คเกจขนาดใหญ่ และน้ำดื่ม มีเพียงพอสำหรับความต้องการเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน (Home consumption and stock up) ในช่องทางที่สะดวกแก่ผู้ซื้อ เช่น ช่องทาง Hypermarket/ Supermarket และ ร้านค้าย่อยในชุมชน
- II. พัฒนาการปฏิบัติทางการตลาดในช่องทางการขายแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ส่งผลให้ปริมาณยอดขายเติบโตขึ้น ร้อยละ 12.1 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน
- III. เสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามากขึ้นให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มปริมาณ 50 มิลลิลิตร ในผลิตภัณฑ์ PET ขนาด 455 มิลลิลิตร เป็น 505 มิลลิลิตร
- IV. เสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามากขึ้นให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มปริมาณ 200 มิลลิลิตร ในผลิตภัณฑ์ PET ขนาด 1.25 ลิตร เป็น 1.45 ลิตร
- V. เพิ่มช่องทางการจำหน่ายน้ำดื่มน้ำทิพย์ ทำให้ผู้บริโภคพบเห็นน้ำดื่ม น้ำทิพย์ได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของน้ำดื่ม น้ำทิพย์ เพิ่มขึ้นอีก 1.8 จุดเปอร์เซ็นต์

โดยบริษัทฯ สามารถรักษามูลค่าส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และ ส่วนแบ่งการตลาดน้ำอัดลมได้จากต้นปี จนถึง กันยายน 2564 ได้ที่ระดับร้อยละ 26.1 และร้อยละ 81.4 ตามลำดับ

## 2.2 ต้นทุนขายและอัตรากำไรขั้นต้น

ต้นทุนขาย เท่ากับ 2,904.4 ล้านบาท ลดลง 5.3 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 0.2 เทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2563 ที่เท่ากับ 2,909.7 ล้านบาท ขณะที่อัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 40.9 ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่อยู่ที่ร้อยละ 41.5 หรือลดลง 0.6 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจาก

- I. ช่วงเดียวกันของปีก่อนมีรายการครั้งเดียวของส่วนลดจากบริษัทคู่ค้าและซัพพลายเออร์เพื่อเป็นการช่วยเหลือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19
- II. ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ปรับตัวเพิ่มขึ้น
- III. แผนบริหารรายได้โดยเน้นผลิตภัณฑ์เพื่อปริมาณเพื่อบริโภคในครัวเรือน ( Product Mix) และการปรับการขายผ่านช่องทาง ( Channel Mix) และ การส่งเสริมด้านราคา ด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามากขึ้นให้แก่ผู้บริโภค (Price Mix) มากยิ่งขึ้น

## 2.3 ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย เท่ากับ 942.0 ล้านบาท ลดลงจำนวน 20.2 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 2.1 และค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 529.4 ล้านบาท ลดลง 27.0 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 4.8 รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) รวม เท่ากับ 1,471.4 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาเท่ากับ 1,518.5 ล้านบาท ลดลง 47.1 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 3.1 จากค่าใช้จ่ายดังนี้

- I. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรลดลง จากการควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อรองรับสถานการณ์ COVID-19
- II. ช่วงเดียวกันของปี 2563 มีรายการที่เกิดขึ้นครั้งเดียวจากค่าใช้จ่ายในการรื้อถอนและเคลื่อนย้ายเครื่องจักรบางส่วนในการย้ายฐานการผลิตของบรรจุภัณฑ์บรรจุกระป๋องและผลิตภัณฑ์บรรจุพลาสติก (PET)

## 2.4 ต้นทุนทางการเงิน และ ค่าใช้จ่ายทางภาษี

ต้นทุนทางการเงิน เท่ากับ 10.0 ล้านบาท ลดลงจำนวน 3.0 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 23.4 เป็นผลมาจากบริษัทฯ ได้มีการชำระหนี้สินเงินต้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เพิ่มขึ้นจำนวน 26.9 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.4 จากการที่บริษัทฯ มีกำไรทางภาษีที่สูงกว่ากำไรทางบัญชี

## 2.5 กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิแสดงไว้ในงบการเงินรวมเป็นจำนวน 458.4 ล้านบาท เปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรจำนวน 480.0 ล้านบาท ลดลงจำนวน 21.6 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 4.5 และมีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 9.3 ลดลงจากช่วงเดียวกันกับปีก่อนซึ่งมีอัตรากำไรสุทธิที่ ร้อยละ 9.7 จากอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลง

ทั้งนี้กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 460.0 ล้านบาท เทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 480.9 ล้านบาท ลดลง 20.9 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 4.3

### 3. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราส่วน	ปี 2564		ปี 2563	
	ไตรมาสที่ 3	งวด 9 เดือน	ไตรมาสที่ 3	งวด 9 เดือน
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	39.7	40.9	41.0	41.5
อัตรากำไรสุทธิ (%)	7.9	9.3	10.4	9.7
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	16.6		17.2	
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	12.7		12.0	

- อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาส 3 เท่ากับร้อยละ 39.7 ลดลง 1.3 จุดเปอร์เซ็นต์ จาก ร้อยละ 40.9 และสำหรับงวด 9 เดือน ลดลง 0.6 จุดเปอร์เซ็นต์ จากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19
- อัตรากำไรสุทธิสำหรับไตรมาสที่ 3 เท่ากับร้อยละ 7.9 ลดลง 2.5 จุดเปอร์เซ็นต์ และสำหรับงวด 9 เดือน ลดลง 0.4 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น
- อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (พิจารณาจากผลประกอบการรอบ 12 เดือน) ลดลง 0.6 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากในรอบ 12 เดือนล่าสุด (1 ตุลาคม 2563 – 30 กันยายน 2564) บริษัทฯ มีกำไรสุทธิลดลง
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (พิจารณาจากผลประกอบการรอบ 12 เดือน) เพิ่มขึ้น 0.7 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากบริษัทฯ มีกำไรก่อนภาษี 12 เดือนล่าสุด (1 ตุลาคม 2563 – 30 กันยายน 2564) เพิ่มขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อทราบและกรุณาทำการเผยแพร่ต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

พลตรี

(พัชร รัตตกุล)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ฝ่ายสำนักงานประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

โทร. 0-2391-4488 ต่อ 103