

25 กุมภาพันธ์ 2565

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการสำหรับงบการเงินรวมประจำปี 2564

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

## 1. รายได้จากการขาย

ผลการดำเนินงานประจำปี 2564 ซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้วปรากฏว่า บริษัทฯ มีรายได้จากการขาย เท่ากับ 6,518.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 92.5 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4 จากปี 2563 ที่เท่ากับ 6,425.4 ล้านบาท มีปริมาณการขายที่ 61.9 ล้านยูนิตเคส เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่เท่ากับ 59.5 ล้านยูนิตเคส เนื่องจากบริษัทฯ ได้ดำเนินการเพิ่มยอดขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่สำหรับการบริโภคในครัวเรือน ตลอดจนมีรายการส่งเสริมการขายด้านราคาในบางผลิตภัณฑ์และบางช่องทางการจำหน่าย มีการลงพื้นที่อย่างเข้มข้นภายใต้ข้อกำหนดเรื่องความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 อย่างรัดกุม พร้อมกับการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งหมดนี้เพื่อปรับกลยุทธ์การขายในช่วงที่มีมาตรการควบคุมการแพร่เชื้อของไวรัส COVID-19

โดยรอบปีที่ผ่านมาบริษัทฯ ได้ดำเนินการเพื่อปรับระบบการดำเนินงานในบริษัทฯ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 อันได้แก่

1. สร้างความมั่นใจว่า สินค้าผลิตภัณฑ์แพ็คเกจขนาดใหญ่ และน้ำดื่ม มีเพียงพอสำหรับความต้องการเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน (Home - consumption and stock up) ในช่องทางที่สะดวกแก่ผู้ซื้อ เช่น ช่องทาง Hypermarket/ Supermarket และ ร้านค้าย่อยในชุมชน

- II. พัฒนาการปฏิบัติทางการตลาดในช่องทางการขายแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ส่งผลให้ปริมาณยอดขายเติบโตขึ้น ร้อยละ 12.2 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน
- III. เสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความคุ้มค่ามากขึ้นให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มปริมาณ 50 มิลลิตร ในผลิตภัณฑ์ PET ขนาด 455 มิลลิตร เป็น 505 มิลลิตร โดยจำหน่ายในราคาเดิม
- IV. เสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความคุ้มค่ามากขึ้นให้แก่ผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มปริมาณ 200 มิลลิตร ในผลิตภัณฑ์ PET ขนาด 1.25 ลิตร เป็น 1.45 ลิตร โดยจำหน่ายในราคาเดิม
- V. เพิ่มช่องทางการจำหน่ายน้ำดื่ม น้ำทิพย์ ทำให้ผู้บริโภคพบเห็นน้ำดื่ม น้ำทิพย์ได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของน้ำดื่ม น้ำทิพย์ เพิ่มขึ้นอีก 1.4 จุดเปอร์เซ็นต์
- VI. ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีน้ำตาล ในรูปแบบรสชาติโคล่าและกลุ่มรสชาติใหม่ ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีน้ำตาลเพิ่มสูงขึ้น 2.2 จุดเปอร์เซ็นต์

โดยบริษัทฯ สามารถรักษามูลค่าส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ (NARTD) และ ส่วนแบ่งการตลาดน้ำอัดลม (SSD) ในภาคใต้ประจำปี 2564 ได้ที่ระดับร้อยละ 26.1 และร้อยละ 81.5 ตามลำดับ

## 2. ต้นทุนขายและอัตรากำไรขั้นต้น

ต้นทุนขาย เท่ากับ 3,893.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 151.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 4.0 เทียบกับปี 2563 ที่เท่ากับ 3,741.9 ล้านบาท ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง 1.5 จุดเปอร์เซ็นต์ จากอัตราร้อยละ 41.8 ในปี 2563 เป็น อัตราร้อยละ 40.3 ในปี 2564 เนื่องจาก

- I. ในปีก่อนมีรายการครั้งเดียวของส่วนลดจากบริษัทคู่ค้าและซัพพลายเออร์เพื่อเป็นการช่วยเหลือในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19
- II. ราคาวัตถุดิบปรับตัวเพิ่มขึ้น
- III. ดำเนินงานตามแผนบริหารรายได้โดยเน้นผลิตภัณฑ์เพื่อบริโภคในครัวเรือน ( Product Mix) และการปรับเปลี่ยนช่องทางการขาย ( Channel Mix) รวมทั้ง การส่งเสริมด้านราคาด้วยการเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความคุ้มค่าให้แก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น (Price Mix)

## 3. ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย เท่ากับ 1,277.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 6.0 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 และค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 731.7 ล้านบาท ลดลงจำนวน 49.4 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 6.3 รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) รวมเท่ากับ 2,009.6 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาเท่ากับ 2,052.9 ล้านบาท หรือ ลดลงร้อยละ 2.1 ได้รับผลกระทบส่วนใหญ่จากค่าใช้จ่ายดังนี้

- I. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นจาก
  - 1) ต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.7 โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากต้นทุนราคาเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ต้นทุนคงที่เพื่อลดผลกระทบดังกล่าว
  - 2) ค่าใช้จ่ายด้านส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.4 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน จากการปรับเปลี่ยนช่องทางการกระจายสินค้า รองรับนโยบายการเริ่มผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดไวรัสโควิด -19
- II. ค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลงจากการลดลงของ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรและการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายที่ดีขึ้น

#### 4. ต้นทุนทางการเงิน และ ค่าใช้จ่ายทางภาษี

ต้นทุนทางการเงิน เท่ากับ 12.9 ล้านบาท ลดลงจำนวน 3.7 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 22.5 จากปี 2563 ที่เท่ากับ 16.7 ล้านบาท เป็นผลมาจากบริษัทฯ ได้มีการชำระหนี้คืนเงินต้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ เท่ากับ 95.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 28.0 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 41.6 จากจำนวน 67.4 ล้านบาทในปี 2563 จากการที่บริษัทฯ มีกำไรส่วนที่ต้องชำระภาษีที่สูงขึ้น

#### 5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิแสดงไว้ในงบการเงินรวมประจำปี 2564 เป็นจำนวน 533.3 ล้านบาท เปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิจำนวน 564.9 ล้านบาท ลดลงจำนวน 31.6 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 5.6 และมีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 8.2 ลดลงจากช่วงเดียวกันกับปีก่อนซึ่งมีอัตรากำไรสุทธิที่ร้อยละ 8.8

ทั้งนี้กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 535.4 ล้านบาท เทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนในส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 566.3 ล้านบาท ลดลง 30.9 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 5.5

#### 6. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราส่วน	ปี 2564	ปี 2563
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	40.3	41.8
อัตรากำไรสุทธิ (%)	8.2	8.8
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	15.1	20.2
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	11.9	12.7

- อัตราค่าไรซันตัน เท่ากับร้อยละ 40.3 ลดลง 1.5 จุดเปอร์เซ็นต์ จากร้อยละ 41.8 เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 และราคาวัตถุดิบที่ปรับตัวสูงขึ้น
- อัตราค่าไรสุทธิ เท่ากับร้อยละ 8.2 ลดลง 0.6 จุดเปอร์เซ็นต์ จากร้อยละ 8.8 เนื่องจากการลดลงของอัตราค่าไรซันตัน ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น และค่าใช้จ่ายด้านส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น
- อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นประจำปี 2564 ลดลง 5.1 จุดเปอร์เซ็นต์ จาก ร้อยละ 20.2 เป็นร้อยละ 15.1 เนื่องจากค่าไรสุทธิ ประจำปี 2564 ลดลง
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ประจำปี 2564 ลดลง 0.8 จุดเปอร์เซ็นต์ จากร้อยละ 12.7 เป็นร้อยละ 11.9 เนื่องจากบริษัทมีกำไรก่อนภาษีประจำปี 2564 ลดลง

จึงเรียนมาเพื่อทราบและกรุณาทำการเผยแพร่ต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

พลตรี

(พัชร รัตตกุล)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ฝ่ายสำนักงานประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

โทร. 0-2391-4488 ต่อ 103