

11 พฤศจิกายน 2565

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการสำหรับงบการเงินรวมประจำไตรมาสที่ 3
และงวดเก้าเดือนปี 2565

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับงวด 3 เดือน
และ 9 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 3 เดือน (กรกฎาคม – กันยายน 2565: ไตรมาส 3 ปี 2565)

1.1 รายได้จากการขาย

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาสที่ 3 ประจำปี 2565 ซึ่งผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
แล้วปรากฏว่าบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 1,817.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 230.4 ล้านบาท หรือ
เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.5 เทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่เท่ากับ 1,586.8 ล้านบาท จากปริมาณการขาย
เครื่องดื่มทั้งหมดอยู่ที่ 16.5 ล้านยูนิตเคสเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่เท่ากับ
15.1 ล้านยูนิตเคส โดยรายได้และปริมาณการขายเติบโตขึ้นจาก

- 1) ธุรกิจท่องเที่ยวทยอยฟื้นตัวจากการลดมาตรการควบคุมโรค COVID-19 จากข้อมูลกระทรวง
การท่องเที่ยวและกีฬาแสดงจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนในพื้นที่ภาคใต้ เดือนกรกฎาคม – สิงหาคม
2565 เท่ากับ 3.9 ล้านคน เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่เท่ากับ 0.1
ล้านคน
- 2) บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์บริหารการเติบโตของรายได้ผ่าน ขนาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Pack mix)
และ ช่องทางการจำหน่าย (Channel mix) เพื่อตอบสนองกับความต้องการที่ปรับเปลี่ยนเป็น
บรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภคครั้งเดียว (Single Serve) ที่เพิ่มขึ้นได้อย่างทันท่วงที จากกลยุทธ์
รองรับการบริโภคคนนอกบ้าน (Away From Home Consumption)
- 3) บริษัทฯ ดำเนินการปรับราคาขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์อัดลมในบางบรรจุภัณฑ์ มีราคาเพิ่มขึ้น
โดยรวมประมาณ 6%

- 4) ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มไม่มีน้ำตาลได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเช่น โคคา-โคล่า มาร์ชเมลโลส์ไม่มีน้ำตาล , ซเวปส์ ซิตรัส ราสพ์เบอร์รี่ โซดา ไม่มีน้ำตาล , ซเวปส์ โพน์แอปเปิ้ล โมฮิตโต้ โซดา ไม่มีน้ำตาล และล่าสุด สไปรท์ เลมอนพลัส ไม่มีน้ำตาล

โดยบริษัทฯ ยังคงรักษาความเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 25.4 และ ส่วนแบ่งการตลาดน้ำอัดลมในไตรมาส 3 ปี 2565 ได้ที่ระดับร้อยละ 80.5

1.2 ต้นทุนขายและอัตรากำไรขั้นต้น

ต้นทุนขาย เท่ากับ 1,108.0 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 151.2 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.8 เทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2564 จากปริมาณการขายที่เติบโตขึ้นร้อยละ 8.8 ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ ร้อยละ 39.0 ลดลง 0.7 จุดเปอร์เซ็นต์ จากช่วงเดียวกัน ที่เท่ากับ อัตราร้อยละ 39.7

1.3 ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย เท่ากับ 368.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 58.2 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.8 จากช่วงเดียวกันของปี 2564 และค่าใช้จ่ายในการบริหาร เท่ากับ 217.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 53.5 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 32.6 รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A expenses) รวม เท่ากับ 586.3 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาเท่ากับ 474.6 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 111.7 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 23.5 ส่วนใหญ่มาจากค่าใช้จ่ายดังนี้

- I. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.1 ตามช่องทางขายที่เปลี่ยนไป และมีการลงทุนเพิ่มเติมรองรับตลาดและการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว
- II. ต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 52.8 จากปริมาณการขายที่เติบโต และ ต้นทุนราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้ดำเนินการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ต้นทุนคงที่เพื่อลดผลกระทบได้บางส่วน
- III. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรเพิ่มขึ้น จากการปรับค่าตอบแทนและผลประโยชน์พนักงานให้สอดคล้องกับอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น อีกทั้งบริษัทมีจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นตามแผนรองรับกับการการฟื้นตัวและเติบโตของตลาดเครื่องดื่ม โดยเฉพาะช่องทางขายในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ร้านอาหาร โรงแรม ร้านสะดวกซื้อ และกลุ่ม ซูเปอร์/ไฮเปอร์มาร์เก็ต) รวมถึงกลุ่มการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

1.4 ต้นทุนทางการเงินและค่าใช้จ่ายทางภาษี

ต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 1.5 ล้านบาท ลดลงจำนวน 1.6 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 51.3 เป็นผลมาจากบริษัทฯ ได้มีการชำระหนี้คืนเงินต้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ลดลงจำนวน 4.4 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 14.8 เนื่องจากบริษัทฯ มีกำไรก่อนภาษีที่ลดลง ร้อยละ 12.1 จากค่าใช้จ่ายการขายและบริหารที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น

1.5 กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิแสดงไว้ในงบการเงินรวมเป็นจำนวน เท่ากับ 110.6 ล้านบาท เทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรจำนวน 124.9 ล้านบาท ลดลงจำนวน 14.3 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 11.4 และมีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 6.1 ลดลงช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีอัตรากำไรสุทธิที่ ร้อยละ 7.9 จากค่าใช้จ่ายการขายและบริหารที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น

2. ผลการดำเนินงานสำหรับงวด 9 เดือน (มกราคม – กันยายน 2564)

2.1 รายได้จากการขาย

ผลการดำเนินงานงวด 9 เดือน ประจำปี 2565 ซึ่งผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว ปรากฏว่าบริษัทฯ มีรายได้จากการขาย เท่ากับ 5,309.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 398.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.1 จากเทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่เท่ากับ 4,910.7 ล้านบาท จากปริมาณการขายเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.1 จาก 46.7 ล้านยูนิตเคส ในช่วงเดียวกันของปีก่อน เป็น 49.1 ล้านยูนิตเคสในปี 2565 โดยรายได้และปริมาณการขายเติบโตขึ้นจาก

- 1) ธุรกิจท่องเที่ยวฟื้นตัวได้เป็นอย่างดีจากการลดมาตรการควบคุมโรค COVID-19 จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวนผู้เยี่ยมชมในพื้นที่ภาคใต้ เดือนมกราคม – สิงหาคม 2565 เท่ากับ 13.1 ล้านคน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 239 จากช่วงเดียวกันของปี 2564
- 2) บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์บริหารการเติบโตของรายได้ผ่าน ขนาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Pack mix) และช่องทางการจำหน่าย (Channel mix) เพื่อตอบสนองกับความต้องการที่ปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภคครั้งเดียว (Single Serve) ที่เพิ่มขึ้นได้อย่างทันท่วงที จากกลยุทธ์รองรับการบริโภคนอกบ้าน (Away From Home Consumption)
- 3) บริษัทฯ ดำเนินการปรับราคาขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์อัดลมในบางบรรจุภัณฑ์ มีราคาเพิ่มขึ้นโดยรวมประมาณ 6% มีผลในเดือนสิงหาคม 2565
- 4) ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มไม่มีน้ำตาลได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีเช่น โคคา-โคล่า สตาร์ไลน์ ไม่มีน้ำตาล โคคา-โคล่า มาร์ชเมลโลส์ ไม่มีน้ำตาล , ซเวปส์ ซิตรัส ราสพ์เบอร์รี่ โซดา ไม่มีน้ำตาล , ซเวปส์ โฟน แอปเปิ้ล โมฮิโต้ โซดา ไม่มีน้ำตาล และลำสุตส์ไปรท์ เลมอนพลัส สูตรไม่มีน้ำตาล

โดยบริษัทฯ สามารถรักษามูลค่าส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และ ส่วนแบ่งการตลาดน้ำอัดลมได้จากต้นปี จนถึง กันยายน 2565 ได้ที่ระดับร้อยละ 25.8 และร้อยละ 80.9 ตามลำดับ

2.2 ต้นทุนขายและอัตรากำไรขั้นต้น

ต้นทุนขาย เท่ากับ 3,230.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 325.8 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.2 เทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2564 ที่เท่ากับ 2,904.4 ล้านบาท จากปริมาณการขายที่เติบโตขึ้นร้อยละ 5.1 และต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นลดลง 1.7 จุดเปอร์เซ็นต์ จาก ช่วงเดียวกันของปี 2564 เท่ากับ 40.9% เป็น 39.2% ในปี 2565

2.3 ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย เท่ากับ 1,080.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 138.2 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.7 และค่าใช้จ่ายในการบริหารเท่ากับ 629.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 100.3 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.9 รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A) รวม เท่ากับ 1,709.9 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาเท่ากับ 1,471.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 238.5 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.2 จากค่าใช้จ่ายดังนี้

- I. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.3 จากการปรับค่าตอบแทนและผลประโยชน์พนักงานให้สอดคล้องกับอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น อีกทั้งบริษัทมีจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับแผนฟื้นตัวและเติบโตของตลาดเครื่องดื่ม โดยเฉพาะช่องทางขายในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ร้านอาหาร โรงแรม ร้านสะดวกซื้อ และกลุ่ม ซูเปอร์/ไฮเปอร์มาร์เก็ต) รวมถึงกลุ่มการร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)
- II. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 12.3 ตามช่องทางการขายที่เปลี่ยนไป และมีการลงทุนเพิ่มเติมรองรับตลาดและการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว
- III. ต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 41.4 จากปริมาณการขายที่เติบโต และ ต้นทุนราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ บริษัทฯได้ดำเนินการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ต้นทุนคงที่เพื่อลดผลกระทบได้บางส่วน

2.4 ต้นทุนทางการเงิน และ ค่าใช้จ่ายทางภาษี

ต้นทุนทางการเงิน เท่ากับ 7.2 ล้านบาท ลดลงจำนวน 2.7 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 27.5 เป็นผลมาจากบริษัทฯ ได้มีการชำระหนี้ค้ำเงินต้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ลดลงจำนวน 21.7 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 25.9 จากบริษัทฯ มีกำไรก่อนภาษีที่ลดลง ร้อยละ 27.6 จากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายการขายและบริหารที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น

2.5 กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิแสดงไว้ในงบการเงินรวมเป็นจำนวน 330.7 ล้านบาท เปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรจำนวน 458.4 ล้านบาท ลดลงจำนวน 127.7 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 27.9 และมีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 6.2 ลดลงจากช่วงเดียวกันกับปีก่อนซึ่งมีอัตรากำไรสุทธิที่ ร้อยละ 9.3 จากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นและค่าใช้จ่ายการขายและบริหารที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 332.5 ล้านบาท เทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 460.0 ล้านบาท ลดลง 127.5 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 27.7

3. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราส่วน	ปี 2565		ปี 2564	
	ไตรมาสที่ 3	งวด 9 เดือน	ไตรมาสที่ 3	งวด 9 เดือน
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	39.0	39.2	39.7	40.9
อัตรากำไรสุทธิ (%)	6.1	6.2	7.9	9.3
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	11.3		16.6	
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	8.0		12.7	

- อัตรากำไรสุทธิสำหรับไตรมาสที่ 3 เท่ากับร้อยละ 6.1 ลดลง 1.8 จุดเปอร์เซ็นต์ และสำหรับงวด 9 เดือน ลดลง 3.1 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากการลดลงของอัตรากำไรขั้นต้น ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรจากตลาดเครื่องดื่มที่ขยายตัว ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้นจากการปรับช่องทางการจำหน่ายและ ค่าขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้นจากราคาน้ำมันและปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น
- อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (พิจารณาจากผลประกอบการรอบ 12 เดือน) ลดลง 5.3 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากในรอบ 12 เดือนล่าสุด (1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565) บริษัทฯมีกำไรสุทธิลดลง
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (พิจารณาจากผลประกอบการรอบ 12 เดือน) ลดลง 4.6 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากบริษัทฯมีกำไรก่อนภาษี 12 เดือนล่าสุด (1 ตุลาคม 2564 – 30 กันยายน 2565) ลดลง

จึงเรียนมาเพื่อทราบและกรุณาทำการเผยแพร่ต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

พลตรี

(พัชร์ รัตตกุล)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

ฝ่ายสำนักงานประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

โทร. 0-2391-4488 ต่อ 103