

15 พฤษภาคม 2566

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการสำหรับงบการเงินรวมประจำไตรมาสที่ 1 ปี 2566

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ สำหรับ ไตรมาส 1 ปี 2566 สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2566 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. รายได้จากการขาย

ผลการดำเนินงานประจำไตรมาสที่ 1 ปี 2566 ซึ่งผ่านการสอบทานจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว ปรากฏว่าบริษัทฯ มีรายได้จากการขายเท่ากับ 2,070.5 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 384.4 ล้านบาท หรือเพิ่มร้อยละ 22.8 เทียบจากช่วงเดียวกันของปี 2565 ที่มีรายได้จากการขายเท่ากับ 1,686.0 ล้านบาท จากปริมาณการขายเครื่องดื่ม 18.3 ล้านยูนิตเคส ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.8 จากช่วงเดียวกันของปี 2565 ที่เท่ากับ 15.7 ล้านยูนิตเคส โดยรายได้และปริมาณการขายเติบโตขึ้นจาก

- 1) ธุรกิจท่องเที่ยวปรับฟื้นตัวเป็นอย่างดี จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น จากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ไตรมาส 1 ปี 2566 เท่ากับ 6.5 ล้านคน เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 เท่ากับ 0.5 ล้านคน ทั้งนี้อัตราเข้าพักโรงแรมพื้นที่ภาคใต้มีอัตราการเข้าพักสูงอย่างมีนัยสำคัญ ที่ร้อยละ 74.5 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 เท่ากับ ร้อยละ 25.9 โดยข้อมูลจาก นีลเส็น ประเทศไทย อุตสาหกรรมเครื่องดื่มพร้อมดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่ภาคใต้เติบโต ร้อยละ 27.3 ขณะอุตสาหกรรมเครื่องดื่มพร้อมดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งประเทศไทยเติบโตร้อยละ 13.1
- 2) บริษัทฯ ใช้กลยุทธ์บริหารการเติบโตของรายได้ผ่าน ขนาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Pack mix) และช่องทางการจำหน่าย (Channel mix) เพื่อตอบสนองกับความต้องการที่ปรับเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการบริโภคครั้งเดียว (Single Serve) โดยเฉพาะในกลุ่ม HORECA และ กลุ่ม ร้านสะดวกซื้อ (CVS)

- 3) บริษัทฯ ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขยายกลุ่มไม่มีน้ำตาล (Zero Sugar) ไปยังรสชาติอื่น ประกอบด้วย สไปรท์ ไม่มีน้ำตาล และ โคคา-โคล่า มูฟ ไม่มีน้ำตาล พร้อมปรับสูตรผลิตภัณฑ์เดิม อาทิ “มินิทูเมด พัลพิ ซีบูสท์ VITAMIN C สูง 200%” และสูตรใหม่ของ “แฟนต้า” ทุกสี ทุกรสชาติ
- 4) บริษัทฯ ดำเนินการปรับราคาขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์อัดลมในบางบรรจุภัณฑ์ มีราคาเพิ่มขึ้น โดยรวมประมาณ 6% มีผลตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2565

โดยบริษัทฯ ยังคงรักษาความเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ด้วยส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 25.3 และส่วนแบ่งการตลาดน้ำอัดลมในไตรมาส 1 ปี 2566 ได้ที่ระดับร้อยละ 80.5

2. ต้นทุนขายและอัตรากำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายเท่ากับ 1,200.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 174.0 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.0 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 ที่ต้นทุนขายเท่ากับ 1,026.3 ล้านบาท จากปริมาณการขายที่เติบโตขึ้นร้อยละ 16.8 ขณะที่กำไรขั้นต้นเท่ากับ 870.1 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2565 เท่ากับ 659.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 210.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.9 เนื่องจาก

- 1) บริษัทฯ ดำเนินการปรับราคาขายในกลุ่มผลิตภัณฑ์อัดลมในบางบรรจุภัณฑ์ มีราคาเพิ่มขึ้น โดยรวมประมาณ 6% มีผลตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2565
- 2) ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ปรับตัวลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2565 จากราคาสินค้าโภคภัณฑ์และราคาน้ำมันที่ปรับตัวลดลง
- 3) ประสิทธิภาพในการผลิตเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Overhead) ลดลง อัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ อัตราร้อยละ 42.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.9 จุดเปอร์เซ็นต์ จากช่วงเดียวกันของปี 2565 ที่อัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ ร้อยละ 39.1

3. ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย เท่ากับ 407.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 60.9 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.5 จากช่วงเดียวกันของปี 2565 และค่าใช้จ่ายในการบริหาร เท่ากับ 233.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 34.1 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.1 รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (SG&A expenses) เท่ากับ 641.3 ล้านบาท เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาเท่ากับ 546.4 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.4 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนใหญ่มาจากค่าใช้จ่ายดังนี้

- I. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5.0 ตามช่องทางขายที่เปลี่ยนไป และเพื่อรองรับตลาดและการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว

- II. ต้นทุนค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.6 เป็นผลจากปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อปริมาณการขนส่งที่เพิ่มขึ้น
- III. ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรเพิ่มขึ้น จากการปรับค่าตอบแทนและผลประโยชน์พนักงานให้สอดคล้องกับอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้น อีกทั้งบริษัทมีจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นตามแผนรองรับกับการการฟื้นตัวและเติบโตของตลาดเครื่องดื่ม โดยเฉพาะช่องทางขายในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ร้านอาหาร โรงแรม ร้านสะดวกซื้อ และกลุ่มซูเปอร์ไฮเปอร์มาร์เก็ต) รวมถึงกลุ่มร้านค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade)

4. ต้นทุนทางการเงินและค่าใช้จ่ายทางภาษี

ต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 2.3 ล้านบาท ลดลงจำนวน 0.6 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 20.6 เป็นผลมาจากบริษัทได้มีการชำระหนี้คืนเงินต้น ขณะที่ค่าใช้จ่ายภาษีเท่ากับ 39.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.8 ล้านบาท เปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนที่ 18.8 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 110.6 จากการมีกำไรก่อนภาษีเพิ่มขึ้น ร้อยละ 95.9

5. กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิ

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิแสดงไว้ในงบการเงินรวมเป็นจำนวน เท่ากับ 199.3 ล้านบาท เปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรจำนวน 103.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 96.1 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 93.2 และมีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับ ร้อยละ 9.6 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนซึ่งมีอัตรากำไรสุทธิที่ ร้อยละ 6.1 โดยส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 199.8 ล้านบาท เทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อนส่วนที่เป็นของบริษัทใหญ่ เท่ากับ 103.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 96.1 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 92.7

6. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อัตราส่วน	ปี 2566	ปี 2565
	ไตรมาสที่ 1	ไตรมาสที่ 1
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	42.0	39.1
อัตรากำไรสุทธิ (%)	9.6	6.1
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (%)	13.8	13.4
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (%)	10.5	10.4

- อัตรากำไรขั้นต้นสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2566 เพิ่มขึ้น 2.9 จุดเปอร์เซ็นต์ จากการปรับราคาขายและต้นทุนบรรจุภัณฑ์ปรับตัวลดลง

- อัตรากำไรสุทธิสำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2566 เพิ่มขึ้น 3.5 จุดเปอร์เซ็นต์ จากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น และการดูแลค่าใช้จ่ายขายและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ
- อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (พิจารณาจากผลประกอบการรอบ 12 เดือน) เพิ่มขึ้น 0.4 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากในรอบ 12 เดือนล่าสุด (1 เมษายน 2565 – 31 มีนาคม 2566) กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (พิจารณาจากผลประกอบการรอบ 12 เดือน) เพิ่มขึ้น 0.1 จุดเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากในรอบ 12 เดือนล่าสุด (1 เมษายน 2565 – 31 มีนาคม 2566) กำไรก่อนภาษีเพิ่มขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อทราบและกรุณาทำการเผยแพร่ต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

พลตรี

(พัชร รัตตกุล)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

สำนักเลขานุการบริษัท

โทร. 0-2391-4488 ต่อ 103