

14 สิงหาคม 2569

เรื่อง การวิเคราะห์และคำอธิบายของฝ่ายจัดการสำหรับงบการเงินรวมประจำไตรมาสที่ 2 และสำหรับงวด 6 เดือน ปี 2569

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) (บริษัทฯ) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ ประจำไตรมาส 2 และสำหรับงวด 6 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2569 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สรุปภาพรวมธุรกิจที่สำคัญ

บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) มีแผนการดำเนินงานของบริษัทฯ สู่การเป็น Total Beverage Company ขยายการเติบโตด้วยการมีผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคที่หลากหลาย โดยมีเป้าหมายการเติบโตระยะกลางที่จะเพิ่มมูลค่าส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ของเครื่องดื่มพร้อมดื่มประเภทไม่มีแอลกอฮอล์ของบริษัทฯ ให้สูงขึ้น และรักษาความเป็นผู้นำในตลาดเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมในภาคใต้

- จากข้อมูลของบริษัท นิลเสน (ประเทศไทย) ตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (NARTD) ในพื้นที่ภาคใต้รอบระยะเวลา 6 เดือน เติบโตร้อยละ 8.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยการเติบโตหลักมาจากกลุ่มน้ำดื่มร้อยละ 12.0 และเครื่องดื่มชูกำลังร้อยละ 8.2 ขณะที่กลุ่มน้ำผลไม้พร้อมดื่มและน้ำอัดลมเติบโตร้อยละ 7.4 และ 7.3 ตามลำดับ
- บริษัทฯ เป็นผู้นำในกลุ่มเครื่องดื่มพร้อมดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ มีมูลค่าส่วนแบ่งทางการตลาดที่ร้อยละ 23.8 โดยส่วนแบ่งทางการตลาดเครื่องดื่มน้ำอัดลมมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นอันดับหนึ่งในพื้นที่ภาคใต้ที่ร้อยละ 77.5
- ไตรมาส 2/2569 บริษัทฯ รายงานรายได้จากการขาย เท่ากับ 2,106.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.7 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน มีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ 41.7 ลดลง 1.0 จุดเปอร์เซ็นต์จากช่วงเดียวกันปีก่อน จากผลกระทบของความขัดแย้งในตะวันออกกลางซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนพลังงาน ค่าขนส่ง และวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ เท่ากับ 101.9 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 28.5 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน สาเหตุหลักจากต้นทุนและค่าขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้น ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของยอดขาย และค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน
- สำหรับรอบระยะเวลา 6 เดือนประจำปี 2569 บริษัทฯ รายงานรายได้จากการขายเท่ากับ 4,455.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน มีอัตรากำไรขั้นต้น เท่ากับร้อยละ 41.9 ลดลง 0.5 จุดเปอร์เซ็นต์จากช่วงเดียวกันปีก่อน ส่วนใหญ่มาจากผลกระทบของความขัดแย้งในตะวันออกกลางซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่ปรับตัวสูงขึ้น มีกำไรสุทธิ เท่ากับ 300.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.5 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน
- ฐานะทางการเงินของบริษัทฯ อยู่ในระดับที่ดี มีอัตราหนี้สินต่อทุน เท่ากับ 0.8 เท่า และมีวงจรเงินสดเท่ากับ 25.6 วัน

2. สรุปผลการดำเนินงาน

หน่วย : ล้านบาท	Q2'2569	Q2'2568	%YoY	Q1'2569	%QoQ	6M'2026	6M'2025	%YoY
รายได้จากการขาย	2,106	1,938	8.7%	2,349	-10.3%	4,456	4,038	10.3%
กำไรขั้นต้น	879	828	6.2%	989	-11.1%	1,868	1,712	9.1%
SG&A	790.3	661	19.6%	747	5.8%	1,518	1,323	14.8%
ต้นทุนในการจัดจำหน่าย	513	418	22.7%	469	9.3%	982	846	16.1%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	278	243	14.3%	278	0.0%	536	477	12.4%
EBIT	137	186	-26.7%	259	-47.2%	395	422	-6.2%
EBITDA	258	303	-14.9%	377	-31.6%	635	653	-2.7%
กำไรสำหรับงวด	102	143	-28.5%	198	-48.6%	300	325	-7.5%
อัตรากำไรขั้นต้น	41.7%	42.7%	-1.0pp	42.1%	-0.4pp	41.9%	42.4%	-0.5pp
SG&A ต่อรายได้จากการขาย	37.5%	34.1%	3.4pp	31.8%	5.7pp	34.1%	32.8%	1.3pp
EBIT margin	6.5%	9.6%	-3.1pp	11.0%	-4.5pp	8.9%	10.4%	-1.5pp
EBITDA margin	12.3%	15.6%	-3.3pp	16.1%	-3.8pp	14.3%	16.2%	-1.9pp
อัตรากำไรสุทธิ	4.8%	7.4%	-2.6pp	8.4%	-3.6pp	6.7%	8.0%	-1.3pp

2.1 สรุปผลการดำเนินงานประจำไตรมาส 2'2569

บริษัทฯ รายงานรายได้จากการขายประจำไตรมาส 2'2569 เท่ากับ 2,106.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 168.0 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.7 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นเป็น 19.1 ล้านยูนิตเคส หรือเติบโตร้อยละ 11.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจาก

- เศรษฐกิจภาคใต้โดยรวม การบริโภคยังมีการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยยังมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายจากผลกระทบของค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง เนื่องด้วยความไม่แน่นอนของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตามบริษัทฯ ได้ดำเนินการกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษาปริมาณการขาย ได้แก่
 - กลยุทธ์ด้านความคุ้มค่า (Affordability)
 - ทำการตลาดมุ่งเจาะกลุ่มพื้นที่นักท่องเที่ยว
 - รุกตลาดผลิตภัณฑ์น้ำดื่มเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มเครื่องดื่มนอกเหนือจากน้ำอัดลมส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มเป็นร้อยละ 8.6
 - กระตุ้นความต้องการของสินค้าจากมหกรรมการแข่งขัน FIFA World Cup™

ส่งผลให้ช่องทางการค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) และ กลุ่มการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 15.3 และ 8.2 ตามลำดับ

- ผลิตภัณฑ์กลุ่มไม่มีน้ำตาล (Zero Sugar) ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีสัดส่วนยอดขายคิดเป็นร้อยละ 5.0 ของยอดขายเครื่องดื่มรวม

อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 41.7 ลดลง 1.0 จุดเปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับผลกระทบจากความขัดแย้งในตะวันออกกลางซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนพลังงาน ค่าขนส่ง และวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ที่ปรับตัวสูงขึ้น

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (SG&A expenses) รวม เท่ากับ 790.3 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.6 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน โดยส่วนใหญ่มาจาก

- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและการตลาด เพิ่มขึ้นจากการเติบโตของยอดขาย โดยเฉพาะในช่องทางการจำหน่ายแบบสมัยใหม่ซึ่งยังคงมีการเติบโตจากจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น และการขยายการเติบโตของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องดื่มไม่อัดลม รวมถึงน้ำดื่ม
- ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจและสอดคล้องภาวะค่าครองชีพที่สูงขึ้น
- ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง จากผลกระทบราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น

บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 10.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.0 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.7 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน จากบริษัทฯ ได้รับสินเชื่อระยะยาว เพื่อใช้ในการลงทุนในเครื่องจักรสำหรับสายการผลิต PET สายที่ 3 และสายการผลิตเครื่องดื่มบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนการขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในระยะยาว

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิแสดงไว้ในงบการเงินรวมเป็นจำนวน เท่ากับ 101.9 ล้านบาท ลดลง ร้อยละ 28.5 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน จากผลกระทบด้านต้นทุนการผลิต และค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้น

2.2 สรุปผลการดำเนินงานสำหรับงวด 6 เดือนประจำปี 2569

บริษัทฯ รายงานรายได้จากการขายประจำงวด 6 เดือน ปี 2569 เท่ากับ 4,455.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 417.4 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10.3 โดย โดยมีปัจจัยหลักจากปริมาณการจำหน่ายเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นเป็น 39.1 ล้านยูนิตเคส หรือเติบโตร้อยละ 11.1 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจาก

- ในช่วง 3 เดือนแรกของปี บริษัทฯ ได้รับประโยชน์จากปัจจัยบวกด้านการบริโภคที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลจากฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) และสภาพอากาศที่ร้อน ซึ่งช่วยสนับสนุนความต้องการเครื่องดื่มให้เติบโตอย่างไรก็ดี หลังจากนั้นภาคการท่องเที่ยวมีการชะลอตัวและการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มีความระมัดระวังมากขึ้น จากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง แต่ด้วยการดำเนินกลยุทธ์รักษาฐานลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาดอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯ จึงสามารถรักษาการเติบโตของปริมาณการขายไว้ได้ ส่งผลให้ช่องทางการค้าแบบสมัยใหม่ (Modern Trade) และ กลุ่มการค้าแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 13.6 และ 9.0 ตามลำดับ
- บริษัทฯ ได้ขยายพอร์ตผลิตภัณฑ์เข้าสู่กลุ่มเครื่องดื่มชูกำลัง โดยเปิดตัว “มอนสเตอร์ เอ็นเนอร์จี Monster Energy®” จำนวน 2 สรสชาติ ได้แก่ Monster Energy (Original) และ Monster Ultra (สูตรไม่มีน้ำตาล) ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคและเริ่มสร้างการรับรู้ในตลาดอย่างต่อเนื่อง
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มไม่มีน้ำตาล (Zero Sugar) ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.5 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีสัดส่วนยอดขายคิดเป็นร้อยละ 5.5 ของยอดขายเครื่องดื่มรวม

อัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 41.9 ลดลง 0.5 จุดเปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้รับผลกระทบจากอัตราสินค้าโภคภัณฑ์ที่ปรับตัวสูงขึ้น เนื่องด้วยผลกระทบจากความขัดแย้งในตะวันออกกลาง

ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร (SG&A expenses) รวม เท่ากับ 1,517.9 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.8 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน โดยส่วนใหญ่มาจาก ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพิ่มขึ้นจากการขยายและสนับสนุนช่องทางการจำหน่าย ขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งเพิ่มขึ้นตามภาวะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่อยู่ในระดับสูง

บริษัทฯ มีต้นทุนทางการเงินเท่ากับ 21.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.7 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.8 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน จากบริษัทฯ ได้รับสินเชื่อระยะยาว เพื่อใช้ในการลงทุนในเครื่องจักรสำหรับสายการผลิต PET สายที่ 3 และสายการผลิตเครื่องตีบรรจุภัณฑ์ขวดแก้ว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนการขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจและและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในระยะยาว

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิแสดงไว้ในงบการเงินรวมเป็นจำนวน เท่ากับ 300.3 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.5 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน จากผลกระทบด้านราคาต้นทุนการผลิต และค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหารที่เพิ่มขึ้น

3 สรุปฐานะงบการเงินของบริษัทฯ

3.1 งบแสดงฐานะการเงิน ณ 30 มิถุนายน 2569

หน่วย: ล้านบาท

สินทรัพย์	30 มิ.ย. 69	31 ธ.ค. 68	หนี้สิน	30 มิ.ย. 69	31 ธ.ค. 68
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	99	232	เงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน	50	170
ลูกหนี้การค้า และ ลูกหนี้หมุนเวียนอื่น	676	874	เจ้าหนี้การค้า & เจ้าหนี้หมุนเวียนอื่น	1,073	1,220
สินค้าคงเหลือ	422	378	ส่วนของเงินกู้ยืมระยะยาวที่ถึงกำหนดชำระในปี	47	47
อสังหาริมทรัพย์พัฒนาเพื่อการขาย	61	62	ส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระในปี	85	88
สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น และ			ภาษีเงินได้นิติบุคคลค้างจ่าย ประมาณการ	54	132
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่จัดประเภทเป็น	1	4	หนี้สินหมุนเวียนอื่น และ หนี้สินทางการเงิน		
สินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย			รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,309	1,657
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	43	86	เงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	1,037	1,063
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,302	1,636	หนี้สินตามสัญญาเช่า	121	135
สินทรัพย์ทางการเงินไม่หมุนเวียนอื่น	13	12	เงินมัดจำขวดและสิ่งบรรจุภัณฑ์จากลูกค้า	31	29
ลูกหนี้ไม่หมุนเวียนอื่น	11		หนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	263	249
อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	192	192	ประมาณการหนี้สินไม่หมุนเวียนสำหรับผลประโยชน์	492	463
ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์	5,799	5,719	รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	1,944	1,938
สินทรัพย์สิทธิการใช้	208	224	รวมหนี้สิน	3,253	3,596
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	47	46	ทุนที่ออกและชำระแล้ว	201	201
สินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี	1	1	ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	393	393
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	5	9	กำไรสะสม	2,145	2,062
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	6,277	6,202	องค์ประกอบอื่นของส่วนผู้ถือหุ้น	1,586	1,586
รวมสินทรัพย์	7,578	7,838	ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	0	0
			รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	4,325	4,242
			รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	7,578	7,838

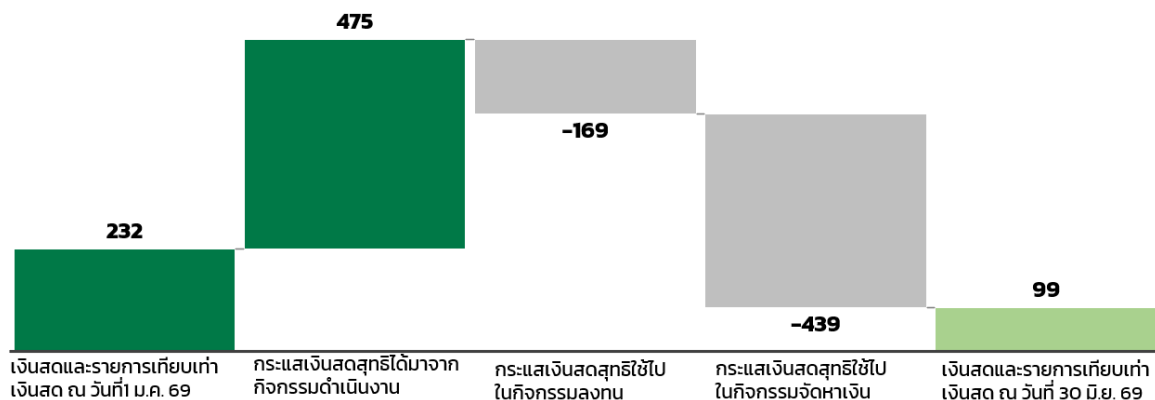
ณ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวม เท่ากับ 7,578.3 ล้านบาท ลดลง 259.2 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 3.3 จาก 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของลูกหนี้การค้า ลูกหนี้อื่น เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด จากการจ่ายปันผลเดือนพฤษภาคม 2569

ณ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีหนี้สินรวม 3,253.0 ล้านบาท ลดลง 342.7 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 9.5 จาก 31 ธันวาคม 2568 สาเหตุหลักมาจากการลดลงของเงินกู้ยืมระยะสั้นและเจ้าหนี้การค้าลดลง

ณ 30 มิถุนายน 2569 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นรวมเท่ากับ 4,325.4 ล้านบาท ลดลง 83.5 ล้านบาท หรือ ลดลง ร้อยละ 2.0 จาก 31 ธันวาคม 2568 จากกำไรสะสมที่ลดลงจากการจ่ายปันผลเดือนพฤษภาคม 2569

3.2 จบกระแสเงินสดงวด 6 เดือน สิ้นสุด 30 มิถุนายน 2569

หน่วย: ล้านบาท



บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2569 เท่ากับ 98.9 ล้านบาท ลดลง 133.3 ล้านบาท จากวันที่ 1 มกราคม 2569 ทั้งนี้บริษัทฯ มีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน เท่ากับ 474.9 ล้านบาท มีกระแสเงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน เท่ากับ 169.4 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในคลังสินค้าและโครงสร้างพื้นฐานที่ขยายเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับแผนการลงทุนในการเพิ่มกำลังการผลิตในโรงงาน อ.พุนพิน มีกระแสเงินสดสุทธิที่ใช้ไปในกิจกรรมจัดหาเงิน เท่ากับ 438.8 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นเงินสดจ่ายปันผลเมื่อเดือนพฤษภาคม 2569 จำนวน 217.0 ล้านบาท

3.3 อัตราส่วนทางการเงิน

	Q2'2569	Q1'2569	Q2'2568	6M'2569	6M'2568
อัตราส่วนสภาพคล่อง					
อัตราส่วนสภาพคล่อง (เท่า)	1.0	1.1	0.8	1.0	0.8
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย (วัน)	30.3	30.0	33.1	30.3	33.1
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)	22.9	29.2	28.4	22.9	28.4
ระยะเวลาชำระหนี้เฉลี่ย (วัน)	27.5	40.4	34.3	27.5	34.3
วงจรเงินสด (วัน)	25.6	18.8	27.1	25.6	27.1
อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
อัตราส่วนหนี้ที่มีภาระดอกเบี้ยต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า)	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
อัตราส่วนความสามารถในการชำระภาระผูกพัน (เท่า)	6.6	9.5	3.9	6.6	3.9
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (เท่า)	12.8	23.5	19.3	18.2	23.5
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร					
อัตรากำไรขั้นต้น (%)	41.7%	42.1%	42.7%	41.9%	42.4%
อัตรากำไรก่อนภาษี ดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย (%)	12.3%	16.1%	15.6%	14.3%	16.2%
อัตรากำไรสุทธิสำหรับงวด (%)	4.8%	8.4%	7.4%	6.7%	8.0%
อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (%)	12.7%	13.4%	14.1%	12.7%	14.1%
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (%)	9.5%	9.7%	10.7%	9.5%	10.7%

การดำเนินงานในไตรมาส 2'2569 บริษัทฯ มีวงจรเงินสดที่ดี โดยมีระยะเวลาจำนวน 25.6 วัน ปรับลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ 27.1 วัน จากจำนวนวันขายสินค้าและเก็บหนี้ที่ลดลง ปัจจัยหลักมาจากการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือได้ดีแม้มีการขยายกำลังการผลิต และการบริหารลูกหนี้ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

บริษัทฯ มีความสามารถในการชำระหนี้อยู่ในระดับที่ดี สะท้อนจากอัตราหนี้สินต่อทุน อยู่ที่ 0.8 เท่า และมีความสามารถในการรองรับภาระผูกพันอยู่ที่ 6.6 เท่า ซึ่งปรับตัวดีขึ้นจากเดิม อันเป็นผลมาจากการลดลงของเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

ทั้งนี้ อัตรากำไรของบริษัทฯ ประจำไตรมาส 2'2569 อัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 41.7 มีอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย เท่ากับร้อยละ 12.3 และมีอัตรากำไรสุทธิเท่ากับร้อยละ 4.8

4. ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือการเติบโตในอนาคต

บริษัทฯ ประเมินว่าตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มประเภทไม่มีแอลกอฮอล์ในพื้นที่ภาคใต้ มีแนวโน้มทรงตัว ในไตรมาส 3'2569 โดยปัจจัยกดดันหลักมาจากการเข้าสู่ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) ขณะที่มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายและการบริโภคของภาครัฐยังคงช่วยสนับสนุนอุปสงค์ในประเทศได้บางส่วน อย่างไรก็ตาม มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการบริโภคของภาครัฐยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนอุปสงค์ภายในประเทศในระดับหนึ่ง

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นการบริหารจัดการด้านการขายและการตลาดอย่างยืดหยุ่น พร้อมปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ

ขณะเดียวกัน บริษัทฯ ยังคงติดตามความเคลื่อนไหวของราคาพลังงานและสินค้าโภคภัณฑ์อย่างใกล้ชิด จากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระดับราคาต้นทุนและสถานะเศรษฐกิจโดยรวม

5. ภาพรวมผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนประจำปี 2569

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2569 บริษัท หาดทิพย์ จำกัด (มหาชน) ยังคงเดินหน้าขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนภายใต้กรอบ “หาดทิพย์ เคียงข้าง ผูกพัน – HaadThip Together for Good” ผ่าน 2 เสาหลัก ได้แก่ “เพื่อบ้านของเรา – Homeland Uplifting” และ “เพื่อโลกของเรา – Global Citizenship” โดยมุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน สร้างโอกาสทางการศึกษา ส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพ ควบคู่กับการบริหารจัดการการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การส่งเสริมการจัดการขยะและบรรจุกฎที่ตามวิสัยทัศน์องค์กร ผ่านความร่วมมือกับพนักงาน ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถานศึกษา และภาคีเครือข่าย เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมและคุณค่าร่วมในระยะยาว

เพื่อบ้านของเรา – Homeland Uplifting : การยกระดับคุณภาพชีวิต และการสร้างโอกาสให้เยาวชน

- การส่งเสริมสุขภาพและสนับสนุนการเข้าถึงอุปกรณ์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ป่วยผ่านโครงการหาดทิพย์ แพนธัน ครั้งที่ 6: บริษัทฯ จัดโครงการ “หาดทิพย์ แพนธัน ครั้งที่ 6” ภายใต้แนวคิด “HeartBeat Run วิ่งตามจังหวะหัวใจ” ณ ชายหาดสมิหลาและชายหาดชลาทัศน์ จังหวัดสงขลา เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย การท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม โดยมีผู้สมัครเข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 2,100 คน และมีผู้เข้าร่วมงานรวมกว่า 3,500 คน ประกอบด้วยนักวิ่ง ครอบครัว นักท่องเที่ยว และประชาชนในพื้นที่ กิจกรรมประกอบด้วย การวิ่งบนพื้นทรายระยะทาง 4 กิโลเมตร กิจกรรมเพื่อการกุศล ร้านอาหารจากผู้ประกอบการในชุมชนกว่า 20 ร้าน และกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

โดยรายได้ทั้งหมดจากค่าสมัคร เงินบริจาค และกิจกรรมภายในงานไม่มีการหักค่าใช้จ่าย และได้นำไปมอบให้แก่ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู โรงพยาบาลบางกล่ำ จังหวัดสงขลา เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท เพื่อใช้สำหรับการจัดซื้อครุภัณฑ์ทางการแพทย์สำหรับฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมองและผู้ป่วยโรคทางระบบประสาท ช่วยเพิ่มโอกาสให้โรงพยาบาลขนาดเล็กสามารถเข้าถึงอุปกรณ์ที่จำเป็น และสนับสนุนให้ผู้ป่วยกลับมาใช้ชีวิตได้ตามปกติอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

- การเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการทันตกรรมแก่ผู้ด้อยโอกาส: บริษัทฯ มอบเงินสนับสนุนจำนวน 300,000 บาท ภายใต้โครงการ “เคียงข้างผูกพัน ดูแลทุกรอยยิ้ม” เพื่อสมทบกองทุนเฉลิมพระเกียรติ 100 ปี สมเด็จพระนางเจ้าฯ ของคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ การสนับสนุนดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าถึงบริการทางทันตกรรมที่มีคุณภาพให้แก่ผู้ด้อยโอกาส 300 คน ณ โรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตลอดจนช่วยส่งเสริมสุขภาพช่องปากและฟันรอยยิ้มให้แก่ประชาชนในพื้นที่
- การสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนภาคใต้: บริษัทฯ มุ่งลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและเปิดโอกาสให้เยาวชนที่มีศักยภาพแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในพื้นที่ภาคใต้ สามารถศึกษาต่อและพัฒนาศักยภาพ

ของตนเองได้อย่างเต็มที่ โดยในช่วงไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ ได้มอบทุนการศึกษาผ่านโครงการ “นักเรียน ทุนหาดทิพย์-เด็กทุนลูกเหรียญ” และ “โครงการต้นกล้าสงขลานครินทร์” รวม 6 ทุน มูลค่ารวม 1,161,000 บาท เพื่อสนับสนุนให้เยาวชนได้รับการศึกษาอย่างต่อเนื่องจนสำเร็จการศึกษา และมีโอกาสสร้างอนาคตที่มั่นคงให้แก่ตนเอง ครอบครัว และชุมชน

เพื่อโลกของเรา – Global Citizenship: การขับเคลื่อนด้านสภาพภูมิอากาศและการจัดการขยะชุมชน

- ได้รับการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร: บริษัทฯ มุ่งยกระดับการบริหารจัดการข้อมูลก๊าซเรือนกระจกให้ถูกต้องและน่าเชื่อถือ เพื่อสนับสนุนการวางแผนลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมาย Net Zero ในปี 2593

โดยในไตรมาส 2 ปี 2569 ข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของบริษัทฯ ประจำปี 2568 ได้รับการรับรองฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (Carbon Footprint for Organization: CFO) จากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) สะท้อนว่ากระบวนการจัดเก็บ คำนวณ และทวนสอบข้อมูลเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ในปี 2568 บริษัทฯ สามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ร้อยละ 11.62 เมื่อเทียบกับปี 2567 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การใช้พลังงานหมุนเวียน และการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

- การสร้างเครือข่ายจัดการขยะชุมชนและเปลี่ยนขยะเป็นทรัพยากร: ในไตรมาส 2 ปี 2569 บริษัทฯ จัดกิจกรรมสร้างเครือข่ายจัดการขยะชุมชนภายใต้ “โครงการคนหาดทิพย์” ณ อุทยานการเรียนรู้นครสงขลา ร่วมกับชุมชนแหลมสนอ่อนและภาคีเครือข่ายจากหน่วยงานภาครัฐ สถานศึกษา ผู้ประกอบการ และชุมชนใกล้เคียงรวม 18 แห่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ พัฒนาแนวทางจัดการขยะร่วมกัน ส่งเสริมการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทาง และนำวัสดุที่ยังมีมูลค่ากลับเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิล กิจกรรมสามารถรวบรวมวัสดุรีไซเคิลได้ 89.3 กิโลกรัม และได้นำรายได้จากการจำหน่ายกลับไปสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน พร้อมต่อยอดการคัดแยกขยะให้เป็นส่วนหนึ่งของการพบปะสมาชิกชุมชนแหลมสนอ่อนประจำเดือน เพื่อให้เกิดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

จึงเรียนมาเพื่อทราบและกรุณาทำการเผยแพร่ต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(พลตรีพัชร รัตตกุล)

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

สำนักเลขานุการบริษัท

โทร. 0-2391-4488 ต่อ 103