

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2563

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2563

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) รายงานผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2563 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 3 ปี 2562 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2562 ดังนี้

- รายได้รวม ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 193.48 ล้านบาท ลดลง 57.66% และงวด 9 เดือนแรก เท่ากับ 592.73 ล้านบาท ลดลง 61.44%
- กำไรขั้นต้น ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 98.22 ล้านบาท ลดลง 64.48% และงวด 9 เดือนแรก เท่ากับ 313.80 ล้านบาท ลดลง 66.06%
- ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 88.74 ล้านบาท ลดลง 46.34% และงวด 9 เดือนแรก เท่ากับ 317.21 ล้านบาท ลดลง 42.06%
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 32.29 ล้านบาท ลดลง 35.81% และงวด 9 เดือนแรก เท่ากับ 128.97 ล้านบาท ลดลง 27.86%
- กำไรสำหรับงวด ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ -22.75 ล้านบาท ลดลง 144.75% และงวด 9 เดือนแรก เท่ากับ -123.79 ล้านบาท ลดลง 174.05%

ล้านบาท	ไตรมาส 3				เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY)		ไตรมาส 2		เทียบกับไตรมาสที่แล้ว (QoQ)		ยอดสะสม				เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (YoY)	
	ปี 2563	%	ปี 2562	%	+/-	%	ปี 2563	%	+/-	%	ปี 2563	%	ปี 2562	%	+/-	%
รายได้จากการขาย	185.73	96.00%	454.43	99.44%	(268.69)	(59.13%)	125.47	97.31%	60.27	48.04%	578.47	97.59%	1,526.61	99.30%	(948.14)	(62.11%)
ต้นทุนขาย	87.51	45.23%	177.90	38.93%	(90.39)	(50.81%)	60.16	46.66%	27.35	45.46%	264.67	44.65%	601.92	39.15%	(337.25)	(56.03%)
กำไรขั้นต้น	98.22	52.88%	276.53	60.85%	(178.30)	(64.48%)	65.30	52.05%	32.92	50.41%	313.80	54.25%	924.69	60.57%	(610.88)	(66.06%)
รายได้อื่น	7.74	4.00%	2.55	0.56%	5.20	203.98%	3.47	2.69%	4.28	123.31%	14.26	2.41%	10.71	0.70%	3.55	33.17%
รวมรายได้	193.48	100.00%	456.98	100.00%	(263.50)	(57.66%)	128.93	100.00%	64.55	50.06%	592.73	100.00%	1,537.32	100.00%	(944.59)	(61.44%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	88.74	45.86%	165.36	36.19%	(76.62)	(46.34%)	103.66	80.40%	(14.93)	(14.40%)	317.21	53.52%	547.46	35.61%	(230.25)	(42.06%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	32.29	16.69%	50.30	11.01%	(18.01)	(35.81%)	33.91	26.30%	(1.62)	(4.78%)	128.97	21.76%	178.78	11.63%	(49.82)	(27.86%)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	(15.06)	(7.78%)	63.41	13.88%	(78.48)	(123.75%)	(68.80)	(53.36%)	53.74	(78.11%)	(118.12)	(19.93%)	209.15	13.60%	(327.27)	(156.48%)
ต้นทุนทางการเงิน	3.06	1.58%	-	0.00%	3.06	0.00%	0.77	0.60%	2.29	0.00%	8.82	1.49%	-	0.00%	8.82	0.00%
ภาษีเงินได้	4.64	2.40%	12.57	2.75%	(7.93)	(63.10%)	(8.21)	(6.37%)	12.85	(156.47%)	(3.15)	(0.53%)	41.98	2.73%	(45.13)	(107.49%)
กำไรสำหรับงวด	(22.75)	(11.76%)	50.85	11.13%	(73.60)	(144.75%)	(61.36)	(47.59%)	38.61	62.92%	(123.79)	(20.89%)	167.17	10.87%	(290.96)	(174.05%)
กำไรขาดทุนจากประมาณการ ผลประโยชน์พนักงาน(สุทธิ)	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	(22.75)	(11.76%)	50.85	11.13%	(73.60)	(144.75%)	(61.36)	(47.59%)	38.61	62.92%	(123.79)	(20.89%)	167.17	10.87%	(290.96)	(174.05%)
EBITDA	(18.97)	(9.80%)	76.29	16.69%	(95.25)	(124.86%)	(37.90)	(29.40%)	18.93	49.96%	(59.57)	(10.05%)	(59.57)	(3.87%)	-	0.00%

หมายเหตุ: 1. เปรียบเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ต้นทุนเปรียบเทียบยอดขายได้จากการขาย

รายได้รวม

รายได้รวม ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 193.48 ล้านบาท ลดลง 57.66% จากไตรมาส 3 ปี 2562 และเพิ่มขึ้น 50.06% จากไตรมาส 2 ปี 2563 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เท่ากับ 592.73 ล้านบาท ลดลง 61.44% จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2562 โดยสัดส่วนรายได้สำหรับงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 นี้ส่วนใหญ่ยังคงมาจากการขายผ่านช่องทางร้านค้าปลีก ซึ่งมีสัดส่วนของร้านค้าปลีก 54.36% ต่างประเทศ 31.98% คอนซูเมอร์โปรดักส์ 7.04% อีคอมเมิร์ซ 4.23% และรายได้อื่น 2.41% อนึ่ง การขายไปตลาดต่างประเทศบริษัทขายสินค้าในลักษณะค้าส่ง และสำหรับ Same Store Sales Growth (SSSG) งวด 9 เดือนแรก เท่ากับ -48.05% (ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ -49.02%)

รายได้ที่ลดลงหลักๆ เป็นผลกระทบมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก และยังคงคาดเดาได้ยากกว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อไร ประกอบกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอางในเรื่องของการจัดโปรโมชั่นต่างๆ ออกมาเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่แข่งรายเดิม และคู่แข่งรายใหม่ที่ทำให้ผู้บริโภคมีรอยัลตี้ในแบรนด์น้อยลง และเปลี่ยนใจไปทดลองสินค้าแบรนด์อื่น ๆ มากขึ้น ทำให้ยอดขายทั้งในและต่างประเทศลดลงอย่างมีนัยยะในช่วงครึ่งปีแรก

อย่างไรก็ตาม บริษัทได้ปรับกลยุทธ์ Business Re-engineering ปรับแนวทางการบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจทั้งระบบเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจเครื่องสำอางหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยการปรับกลยุทธ์ดังกล่าวได้เริ่มเห็นผลแล้วในไตรมาส 3 ปี 2563 ที่รายได้ของบริษัทเริ่มทยอยกลับมาดีขึ้นทั้งในและต่างประเทศ แม้จะไม่สูงมากพอเมื่อเทียบกับรายได้ที่หายไปในช่วงครึ่งปีแรก แต่นับว่าเป็นสัญญาณที่ดีหลังจากที่รัฐบาลมีการผ่อนปรนมาตรการล็อกดาวน์ในบางส่วน

สำหรับแผนการปรับกลยุทธ์ของบริษัทได้มีการปรับกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจทั้งระบบ รวมถึงควบคุมต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการบริหาร โดยมีแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญดังนี้

แผนปรับกลยุทธ์ตลาดในประเทศ โดยมุ่งเน้นขยายช่องทางการจำหน่ายที่มีการขยายตัวสูง อาทิ อีคอมเมิร์ซ ช่องทางสินค้าอุปโภค สินค้าประจำวัน (Consumer Product) เจาะกลุ่มผู้ค้าส่งเครื่องสำอางรายใหญ่ในจังหวัดหัวเมืองใหญ่ (FMCG) และพัฒนาโมเดลการขายใหม่ที่เรียกว่า “บิวตี้ออนไลน์ซ้อป” เพื่อให้ลูกค้าที่เคยใช้บริการที่สาขาให้สามารถสั่งซื้อผ่านออนไลน์ได้ทันที (ทุกสาขาจะมีช่องทางสั่งซื้อสินค้าทั้งหน้าร้านสาขา (Offline Store) และผ่านระบบออนไลน์ได้ทั้ง 2 รูปแบบ) เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าให้มีมากขึ้น

สำหรับช่องทางร้านค้าปลีก (Retail) บริษัทได้รับโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัว เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดภาระค่าใช้จ่ายในอนาคต โดยปิดสาขาที่ไม่มีความสามารถในการทำกำไร และเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์เข้ามาทดแทน เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้าง และไม่มีข้อจำกัด ซึ่งบริษัทเชื่อว่านโยบายดังกล่าว จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในระยะยาว และเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในอนาคต

สำหรับตลาดต่างประเทศ บริษัทมีการปรับแผนออกสินค้าใหม่ที่มีกำไรดีมาชดเชยยอดขายที่ลดลง และร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีนพัฒนาสินค้าใหม่ซึ่งออกสู่ตลาดในไตรมาส 3 ปี 2563 นี้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

นอกจากนี้บริษัทยังได้เพิ่มช่องทางจำหน่ายกลุ่มประเทศคลัสเตอร์อาเซียน กลุ่มประเทศในเขต (South East Asia) อาทิ กัมพูชา เวียดนาม พม่า และมาเลเซีย แม้จะมีคำสั่งซื้อบ้างแต่ยังคงติดเรื่องระบบการขนส่ง การปิดด่านผ่านทาง คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อระยะสั้น เพราะสินค้าไทยและสินค้า BEAUTY ยังคงมีความต้องการหลังสถานการณ์คลัสเตอร์อาเซียน ซึ่งบริษัทมีการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับตัวแทนจำหน่าย สนับสนุนด้านการตลาดและสินค้าให้ต่อเนื่องเพื่อปรับกลยุทธ์ธุรกิจตามสถานการณ์ที่ปรับเปลี่ยนต่อเนื่อง

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 98.22 ล้านบาท ลดลง 64.48% จากไตรมาส 3 ปี 2562 และเพิ่มขึ้น 50.41% จากไตรมาส 2 ปี 2563 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เท่ากับ 313.80 ล้านบาท ลดลง 66.06% จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2562

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 52.88% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 3 ปี 2562 (60.85%) และสูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 2 ปี 2563 (52.05%) และอัตรากำไรขั้นต้น 9 เดือนแรก ปี 2563 เท่ากับ 54.25% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นจากงวด 9 เดือนแรก ปี 2561 ซึ่งเท่ากับ 60.57%

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงนั้น หลักๆเกิดจากการทำโปรโมชันที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆ ในกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอางที่มีสถานะการแข่งขันที่รุนแรง รวมถึงทำ Promotion clearance sales ด้วย

ค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 88.74 ล้านบาท ลดลง 46.34% จากไตรมาส 3 ปี 2562 และลดลง 14.40% จากไตรมาส 2 ปี 2563 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เท่ากับ 317.21 ล้านบาท ลดลง 42.06% จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2562 ค่าใช้จ่ายในการขายที่ลดลงหลักๆ เป็นผลมาจากการปรับกลยุทธ์และแผนดำเนินงานของบริษัท ที่มุ่งเน้นบริหารจัดการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามโครงการประหยัดค่าใช้จ่าย (Cost saving program) เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการโฆษณาและส่งเสริมการขาย และลดภาระค่าใช้จ่ายที่มีลักษณะคงที่ต่างๆ ด้วยการปิดสาขาที่ไม่มีศักยภาพในการทำกำไร เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และอีกส่วนหนึ่งลดลงจากการควบคุมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ 32.29 ล้านบาท ลดลง 35.81% จากไตรมาส 3 ปี 2562 และลดลง 4.78% จากไตรมาส 2 ปี 2563 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เท่ากับ 128.97 ล้านบาท ลดลง 27.86% จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2562 ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ลดลงจากงวดเดียวกันของปีที่แล้ว เกิดจากบริษัทมีการปรับโครงสร้างธุรกิจ เพื่อให้มีความคล่องตัว เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดภาระค่าใช้จ่ายในอนาคต

รวมถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ไม่ให้สูงเกินไปตาม โครงการประหยัดค่าใช้จ่าย (Cost saving program) เพื่อที่จะควบคุมค่าใช้จ่ายที่สามารถควบคุมได้ ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

กำไร(ขาดทุน)สุทธิ

กำไรสำหรับงวด ไตรมาส 3 ปี 2563 เท่ากับ -22.75 ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้น 144.75% จากไตรมาส 3 ปี 2562 และขาดทุนลดลง 62.92% จากไตรมาส 2 ปี 2563 และงวด 9 เดือนแรก ปี 2563 เท่ากับ 123.79 ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้น 174.05% จากงวด 9 เดือนแรก ปี 2562 กำไรสำหรับงวด ลดลง หลักๆ มาจากรายได้และกำไรขั้นต้นที่ลดลง

งบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์รวม ณ 30 กันยายน 2563 เท่ากับ 1,138.91 ล้านบาท ลดลง 177.01 ล้านบาท หรือ 13.45% จาก 31 ธันวาคม 2562 โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เท่ากับ 197.30 ล้านบาท, สินทรัพย์ทางการเงินหมุนเวียนอื่น (เงินลงทุนชั่วคราว) เท่ากับ 149.93 ล้านบาท (เงินลงทุนชั่วคราว หมายถึง เงินฝากระยะสั้นกับสถาบันการเงินครบกำหนดภายในระยะเวลาที่เกิน 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี) ส่วนยอดลูกหนี้ เท่ากับ 42.06 ล้านบาท ซึ่งไม่มี ลูกหนี้ที่ผิดชำระหนี้, สินค้าคงเหลือสุทธิ เท่ากับ 254.55 ล้านบาท, ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ เท่ากับ 177.99 ล้านบาท

ส่วนหนี้สินรวม เท่ากับ 313.38 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 73.94 ล้านบาท หรือ 30.88% จาก 31 ธันวาคม 2562 หนี้สินหลักๆ ได้แก่ หนี้สินตามสัญญาเช่า เท่ากับ 186.19 ล้านบาท (ปรับปรุงตามมาตรฐาน TFRS16 เรื่อง สัญญาเช่า) ซึ่งเป็นส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี เท่ากับ 124.53 ล้านบาท, เจ้าหนี้การค้า เท่ากับ 29.05 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายค้างจ่าย เท่ากับ 39.57 ล้านบาท สำหรับส่วนของผู้ถือหุ้นมียอด เท่ากับ 825.53 ล้านบาท ลดลง 250.95 ล้านบาท หรือ 23.31% จาก 31 ธันวาคม 2562

งบกระแสเงินสด

บริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิสำหรับไตรมาส 3 ปี 2563 สิ้นสุด 30 กันยายน 2563 ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน จำนวน 95.43 ล้านบาท ได้มาจากกิจกรรมลงทุน 144.65 ล้านบาท ซึ่งเป็นการจัดซื้ออาคารและอุปกรณ์ 5.84 ล้านบาท และซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น 4.05 ล้านบาท ส่วนเงินลงทุนชั่วคราวลดลง 150.00 ล้านบาท และมีการจ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการปี 2562 ที่จ่ายในเดือนเมษายน 2563 จำนวน 107.48 ล้านบาท ส่งผลให้เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นงวด 30 กันยายน 2563 เท่ากับ 197.30 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	30/9/2563	31/12/2562	31/12/2561	31/12/2560	31/12/2559	31/12/2558
อัตราส่วนสภาพคล่อง	2.87	4.35	3.49	3.04	3.17	3.20
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป	239	170	116	89	110	137
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า(ทั้งหมด)	311	218	150	118	143	178
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	-17.36%	19.35%	64.78%	81.27%	53.15%	36.01%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	-13.45%	15.22%	48.23%	60.17%	40.45%	28.96%
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.38	0.22	0.31	0.37	0.33	0.30

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

(นายธิตินันท์ วงษ์ศรีเผือก)

ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน