

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2561 และปี 2561

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2561 และปี 2561

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) รายงานผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2561 และปี 2561 เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 4 ปี 2560 ดังนี้

- รายได้รวม ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 657.12 ล้านบาท ลดลง 40.04 % และปี 2561 เท่ากับ 3,501.24 ล้านบาท ลดลง 6.27%
- กำไรขั้นต้น ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 431.77 ล้านบาท ลดลง 41.29% และปี 2561 เท่ากับ 2,264.96 ล้านบาท ลดลง 9.96%
- ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 206.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.34% และปี 2561 เท่ากับ 800.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.63%
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 72.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.76% และปี 2561 เท่ากับ 265.95 ล้านบาท ลดลง 5.05%
- กำไรสำหรับงวด ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 123.84 ล้านบาท ลดลง 69.67% และปี 2561 เท่ากับ 991.59 ล้านบาท ลดลง 19.34%

ล้านบาท	ไตรมาส 4				เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY)		ไตรมาส 3		เทียบกับไตรมาสที่แล้ว (QoQ)		ยอดสะสม				เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY)	
	ปี 2561	%	ปี 2560	%	+/-	%	ปี 2561	%	+/-	%	ปี 2561	%	ปี 2560	%	+/-	%
รายได้จากการขาย	653.30	99.42%	1,090.54	99.51%	(437.23)	(40.09%)	1,077.92	99.65%	(424.61)	(39.39%)	3,466.61	99.01%	3,713.40	99.41%	(246.79)	(6.65%)
ต้นทุนขาย	221.53	33.71%	355.09	32.40%	(133.55)	(37.61%)	401.87	37.15%	(180.34)	(44.87%)	1,201.65	34.32%	1,197.96	32.07%	3.70	0.31%
กำไรขั้นต้น	431.77	66.09%	735.45	67.44%	(303.68)	(41.29%)	676.05	62.72%	(244.28)	(36.13%)	2,264.96	65.34%	2,515.44	67.74%	(250.49)	(9.96%)
รายได้อื่น	3.82	0.58%	5.37	0.49%	(1.55)	(28.83%)	3.74	0.35%	0.08	2.24%	34.63	0.99%	21.97	0.59%	12.66	57.65%
รวมรายได้	657.12	100.00%	1,095.91	100.00%	(438.78)	(40.04%)	1,081.65	100.00%	(424.53)	(39.25%)	3,501.24	100.00%	3,735.37	100.00%	(234.12)	(6.27%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	206.59	31.44%	170.27	15.54%	36.33	21.34%	208.65	19.29%	(2.05)	(0.98%)	800.83	22.87%	723.90	19.38%	76.93	10.63%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	72.41	11.02%	59.96	5.47%	12.45	20.76%	60.64	5.61%	11.77	19.41%	265.95	7.60%	280.09	7.50%	(14.13)	(5.05%)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	156.59	23.83%	510.60	46.59%	(354.00)	(69.33%)	410.50	37.95%	(253.91)	(61.85%)	1,232.80	35.21%	1,533.43	41.05%	(300.62)	(19.60%)
ต้นทุนทางการเงิน	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
ภาษีเงินได้	32.75	4.98%	102.31	9.34%	(69.56)	(67.99%)	81.51	7.54%	(48.76)	(59.82%)	241.21	6.89%	304.11	8.14%	(62.90)	(20.68%)
กำไรสำหรับงวด	123.84	18.85%	408.29	37.26%	(284.44)	(69.67%)	328.99	30.42%	(205.15)	(62.36%)	991.59	28.32%	1,229.32	32.91%	(237.72)	(19.34%)
กำไรขาดทุนจากประมาณการผลประโยชน์พนักงาน(สุทธิ)	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	123.84	18.85%	408.29	37.26%	(284.44)	(69.67%)	328.99	30.42%	(205.15)	(62.36%)	991.59	28.32%	1,229.32	32.91%	(237.72)	(19.34%)
EBITDA	171.27	26.06%	525.58	47.96%	(354.31)	(67.41%)	425.85	39.37%	(254.58)	(59.78%)	1,292.73	36.92%	1,592.82	42.64%	(300.10)	(18.84%)

หมายเหตุ: 1. เปรียบเทียบกำไรขั้นต้น ต้นทุนขายเปรียบเทียบยอดขายจากการขาย

รายได้รวม

รายได้รวม ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 657.12 ล้านบาท ลดลง 40.04% จากไตรมาส 4 ปี 2560 และลดลง 39.25% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และปี 2561 เท่ากับ 3,501.24 ล้านบาท ลดลง 6.27% จาก ปี 2560

รายได้หลักๆ มาจากการขายสาขาที่เพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้น 3 สาขา (ในประเทศ) จาก 345 สาขา ณ 31 ธันวาคม 2560 (ร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ 261 สาขา, ร้านบิวตี้ คอทเทจ 75 สาขา, และร้านบิวตี้ มาร์เก็ต 9 สาขา) เพิ่มขึ้นเป็น 348 สาขา ณ 31 ธันวาคม 2561 (ในประเทศ: ร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ 265 สาขา, ร้านบิวตี้ คอทเทจ 76 สาขา, และร้านบิวตี้ มาร์เก็ต 7 สาขา) และลดลง 6 สาขา (ต่างประเทศ) จาก 16 สาขา ณ 31 ธันวาคม 2560 (ร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ 20 สาขา) ลดลงเป็น 10 สาขา ณ 31 ธันวาคม 2561 (ร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ 10 สาขา) และ Same Store Sales Growth ปี 2561 เท่ากับ -13.28% (ไตรมาส 4 ปี 2561 -45.00%) ส่วนรายได้อื่นหลักๆ มาจากดอกเบี้ยรับ

รายได้ที่ลดลง หลักๆ มาจากผลกระทบเรื่องของ อย. จากการปราบปรามผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายของบริษัทอื่น ทำให้ผู้บริโภคมีความระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอยเครื่องสำอางมากขึ้น นอกจากนี้ กระแสข่าวเรื่องของ อย. ส่งผลทำให้สินค้าที่ส่งออกไปยังประเทศจีนที่มีการเข้มงวดในการตรวจสอบสินค้ามากขึ้น ทำให้ระยะเวลาในการนำสินค้าของลูกค้าขายส่งยาวนานขึ้น รวมถึงได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลงอีกด้วย

สำหรับสัดส่วนรายได้ปี 2561 นี้ ส่วนใหญ่มาจากการขายผ่านช่องทางร้านค้าปลีก โดยมีสัดส่วนของร้านบิวตี้ บุปเฟ่ต์เท่ากับ 54.34% ร้านบิวตี้ คอทเทจ 8.37% ร้านบิวตี้ มาร์เก็ต 1.53% คอนซุมเมอร์โปรดักส์ 13.73% อีคอมเมิร์ซ 0.27% ต่างประเทศ 20.22% และอื่น ๆ 1.54% อนึ่ง การขายไปตลาดต่างประเทศบริษัทขายสินค้าในลักษณะค้าส่ง

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 431.77 ล้านบาท ลดลง 41.29% จากไตรมาส 4 ปี 2560 และลดลง 36.13% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และปี 2561 เท่ากับ 2,264.96 ล้านบาท ลดลง 9.96% จากปี 2560

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 66.09% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 4 ปี 2560 (67.44%) และสูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 3 ปี 2561 (62.72%) และอัตรากำไรขั้นต้นปี 2561 เท่ากับ 65.34% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นปี 2560 (67.74%) เนื่องจากสาเหตุหลักๆมาจากสินค้าที่ได้รับรับความนิยมบางตัวลดลงส่งผลให้ยอดขายร้านบิวตี้ คอทเทจ ลดลง ซึ่งร้านบิวตี้ คอทเทจมีอัตรากำไรขั้นต้นสูง รวมถึงการทำ Promotion เพื่อกระตุ้นยอดขายเพิ่มขึ้น และสัดส่วนยอดขายของช่องทางต่างประเทศและคอนซุมเมอร์โปรดักส์มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น (ช่องทางต่างประเทศและคอนซุมเมอร์โปรดักส์ มีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าของร้านบิวตี้)

ค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 206.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.34% จากไตรมาส 4 ปี 2560 และลดลง 0.98% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และค่าใช้จ่ายในการขายปี 2561 เท่ากับ 800.83 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10.63% จากปี 2560 ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีที่แล้วหลักๆมาจากโฆษณาและส่งเสริมการขาย สำหรับประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ รวมถึงเพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 72.41 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20.76% จากไตรมาส 4 ปี 2560 และเพิ่มขึ้น 19.41% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และปี 2561 เท่ากับ 265.95 ล้านบาท ลดลง 5.05% จากปี 2560 ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นหลักๆจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานจากการขายตัวของบริษัท

อนึ่ง สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม (SG&A) ต่อยอดขายได้รวมในไตรมาส 4 ปี 2561 คิดเป็น 42.46% ต่อยอดขายได้รวม เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2559 ที่เท่ากับ 21.01% ต่อยอดขายได้รวม และเพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2560 ที่เท่ากับ 24.90% ต่อยอดขายได้รวม ซึ่งมาจากการทำโฆษณาและส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นยอดขายที่เพิ่มขึ้น และยอดขายที่ต่ำกว่าคาด

กำไรสุทธิ

กำไรสำหรับงวด ไตรมาส 4 ปี 2561 เท่ากับ 123.84 ล้านบาท ลดลง 69.67% จากไตรมาส 4 ปี 2560 และลดลง 62.36% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และปี 2561 เท่ากับ 991.59 ล้านบาท ลดลง 19.34% จากปี 2560 กำไรสำหรับงวดที่ลดลง หลักๆมาจากกำไรขั้นต้นที่ลดลง และมีค่าใช้จ่ายในการขายที่เพิ่มขึ้น แต่บริษัทยังคงมีความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดี

งบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์รวม ณ 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 1,776.14 ล้านบาท ลดลง 559.35 ล้านบาท หรือ 23.95% จาก 31 ธันวาคม 2560 โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเท่ากับ 232.82 ล้านบาท, เงินลงทุนชั่วคราว 460.00 ล้านบาท (เงินลงทุนชั่วคราว หมายถึง เงินฝากระยะสั้นกับสถาบันการเงินครบกำหนดภายในระยะเวลาที่เกิน 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี) ส่วนยอดลูกหนี้เท่ากับ 82.96 ล้านบาท ซึ่งไม่มีลูกหนี้ที่ผิดชำระหนี้, สินค้าคงเหลือสุทธิ 592.84 ล้านบาท, ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ 269.55 ล้านบาท

ส่วนหนี้สินรวมเท่ากับ 419.92 ล้านบาท ลดลง 210.41 ล้านบาท หรือ 33.38% จาก 31 ธันวาคม 2560 หนี้สินหลักๆ ได้แก่ เจ้าหนี้การค้า 137.67 ล้านบาท, ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายเท่ากับ 64.78 ล้านบาท, เจ้าหนี้ค่าทรัพย์สินเท่ากับ 7.25 ล้านบาท สำหรับส่วนของผู้ถือหุ้นมียอดเท่ากับ 1,356.22 ล้านบาท ลดลง 348.95 ล้านบาท หรือ 20.46% จาก 31 ธันวาคม 2560

งบกระแสเงินสด

สำหรับปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2561 บริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิได้จากกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 719.07 ล้านบาท ได้มาจากกิจกรรมลงทุน 350.23 ล้านบาท ซึ่งเป็นการจัดซื้ออาคารและอุปกรณ์ 37.03 ล้านบาท ส่วนเงินลงทุนชั่วคราวลดลง 340.00 ล้านบาท เงินลงทุนระยะยาวลดลง 50.00 ล้านบาท และมีการจ่ายเงินปันผลจากผลประกอบการปี 2560 ที่จ่ายในเดือนพฤษภาคม 2561 จำนวน 775.25 ล้านบาท และเงินปันผลระหว่างกาลปี 2561 ที่จ่ายในเดือนกันยายน 2561 จำนวน 484.95 ล้านบาท ส่งผลให้เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันสิ้นงวด 31 ธันวาคม 2561 เท่ากับ 232.82 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	31/12/2561	31/12/2560	31/12/2559	31/12/2558	31/12/2557	31/12/2556	31/12/2555
อัตราส่วนสภาพคล่อง	3.49	3.04	3.17	3.20	4.60	6.84	10.75
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป	116	89	110	137	141	132	113
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า(ทั้งหมด)	150	118	143	178	188	187	176
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	64.78%	81.27%	53.15%	36.01%	28.87%	21.25%	28.63%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	48.23%	60.17%	40.45%	28.96%	24.83%	19.07%	24.27%
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.31	0.37	0.33	0.30	0.18	0.13	0.09

อัตราส่วนสภาพคล่อง เท่ากับ 3.49 เท่า แสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นได้ดี

อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า(สินค้าสำเร็จรูป) เท่ากับ 116 วัน ซึ่งถือว่ายังอยู่ในอัตราที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินงานของบริษัท

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 64.78% ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการทำกำไรจากเงินทุนในส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทมีสูง

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 48.23% ซึ่งถือว่าบริษัทยังสามารถบริหารสินทรัพย์ให้เกิดรายได้และกำไรอย่างมีประสิทธิภาพ

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 0.31 เท่า ซึ่งใกล้เคียงกับปีที่แล้ว

การจ่ายเงินปันผล

เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2561 ได้มีผู้มาใช้ใบสำคัญแสดงฯ (ESOP Warrant-1) ครั้งที่ 1/2561 คิดเป็นจำนวนหุ้น 2.11 ล้านหุ้น และทางบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 26 มกราคม 2561 เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นจึงทำให้จำนวนหุ้นที่จะได้รับสิทธิในการรับเงินปันผลจากการดำเนินงานปี 2560 เพิ่มขึ้นจาก 3,002.73 ล้านหุ้น เป็น 3,004.84 ล้านหุ้น

ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2561 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลรวมทั้งสิ้นสำหรับปี 2560 ในอัตราหุ้นละ 0.408 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 1,225.66 ล้านบาท หรือเท่ากับ 99.70% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย (นโยบายจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่า 50% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย) โดยจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลไปแล้วเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2560 ในอัตราหุ้นละ 0.15 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 450.41 ล้านบาท ทั้งนี้ เป็นไปตามมติที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 4/2560 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2560 และให้จ่ายเงินปันผลเพิ่มอีกในอัตราหุ้นละ 0.258 บาท คิดเป็นเงินปันผลทั้งสิ้น 775.25 ล้านบาท ให้กับผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิรับเงินปันผลในวันที่ 4 พฤษภาคม 2561 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 18 พฤษภาคม 2561 โดยผ่านการอนุมัติจากที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นประจำปี 2560 ในวันที่ 25 เมษายน 2561 เรียบร้อยแล้ว

ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2561 อนุมัติโครงการซื้อหุ้นคืนเพื่อบริหารการเงิน วงเงินสูงสุดที่จะใช้ในการซื้อหุ้นคืนไม่เกิน 950 ล้านบาท จำนวนหุ้นที่จะซื้อคืนไม่เกิน 64 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.10 บาท จำนวนหุ้นที่จะซื้อคืนคิดเป็นร้อยละ 2.13 ของหุ้นที่จำหน่ายได้แล้วทั้งหมดมีระยะเวลาโครงการ 6 เดือน นับตั้งแต่ 24 กรกฎาคม 2561 ถึงวันที่ 23 มกราคม 2562

เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2561 ได้มีผู้มาใช้ใบสำคัญแสดงฯ (ESOP Warrant-1) ครั้งที่ 2/2561 คิดเป็นจำนวนหุ้น 1.37 ล้านหุ้น และทางบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2561 เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นจึงทำให้จำนวนหุ้นที่จะได้รับสิทธิในการรับเงินปันผลระหว่างกาลจากผลการดำเนินงานครึ่งปีแรกปี 2561 เพิ่มขึ้นจาก 3,004.84 ล้านหุ้น เป็น 3,006.21 ล้านหุ้น

ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2561 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ปี 2561 ในอัตราหุ้นละ 0.162 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 484.95 ล้านบาท หรือเท่ากับ 90.01% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย ซึ่งจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 7 กันยายน 2561

ในระหว่างเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม 2561 บริษัทได้ซื้อหุ้นคืนซื้อคืน รวมจำนวน 12.68 ล้านหุ้น ในราคาเฉลี่ยหุ้นละ 7.84 บาท คิดเป็นเงินทั้งสิ้น 99.43 ล้านบาท

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2562 ได้มีผู้มาใช้ใบสำคัญแสดงฯ (ESOP Warrant-1) ครั้งที่ 1/2562 คิดเป็นจำนวนหุ้น 0.65 ล้านหุ้น และทางบริษัทได้จดทะเบียนเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2562 เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นจึงทำให้จำนวนหุ้นที่จะได้รับสิทธิในการรับเงินปันผลจากการดำเนินงานปี 2561 เพิ่มขึ้นจาก 3,006.21 ล้านหุ้น เป็น 3,006.87 ล้านหุ้น

อนึ่ง ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลรวมทั้งสิ้นสำหรับปี 2561 ในอัตราหุ้นละ 0.300 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 898.15 ล้านบาท หรือเท่ากับ 90.58% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย (นโยบายจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่า 50% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย) โดยจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลไปแล้วเมื่อวันที่ 7 กันยายน 2561 ในอัตราหุ้นละ 0.162 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 484.95 ล้านบาท ทั้งนี้ เป็นไปตามมติที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 5/2561 เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2561 และให้จ่ายเงินปันผลเพิ่มอีกในอัตราหุ้นละ 0.138 บาท คิดเป็นเงินปันผลทั้งสิ้น 413.20 ล้านบาท ให้กับผู้ถือหุ้นที่มีสิทธิรับเงินปันผลในวันที่ 6 พฤษภาคม 2562 และกำหนดจ่ายเงินปันผลในวันที่ 21 พฤษภาคม 2562 และให้เสนอต่อที่ประชุมผู้ถือหุ้นเพื่อพิจารณาอนุมัติต่อไป

มุมมองผู้บริหาร : สรุปผลการดำเนินงานประจำปีไตรมาส 4 ปี 2561

สรุปผลการดำเนินงานบริษัท บิวตี้คอมมูนิตี้ จำกัด(มหาชน) ผู้ดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวภายใต้ร้านค้าปลีก "บิวตี้บูฟเฟต์(Beauty Buffet)" "บิวตี้คottage(Beauty Cottage)" "บิวตี้มาร์เก็ต(Beauty Market)" รวมทั้งจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดด้วยแบรนด์ "เมดอินเนเจอร์(Made in Nature)" จำหน่ายผ่านร้านคอนวีเนียนสโตร์, เค้ดตาล็อก และ Traditional Trade ดังนี้

1. การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นช้อปแบรนด์

1.1 สาขาในประเทศ ณ ไตรมาส 4 ปี 2561 มีจำนวนสาขา 348 สาขา ดังนี้

- บิวตี้ บูฟเฟต์(Beauty Buffet) มีจำนวนสาขา 265 สาขา
- บิวตี้ คottage(Beauty Cottage) มีจำนวนสาขา 76 สาขา
- บิวตี้ มาร์เก็ต(Beauty Market) มีจำนวนสาขา 7 สาขา

1.2 สาขาในต่างประเทศ ณ ไตรมาส 4 ปี 2561 มีจำนวนสาขา 10 สาขา ดังนี้

- ประเทศเวียดนาม มีจำนวน 6 สาขา (บิวตี้ บูฟเฟต์)
- ประเทศฟิลิปปินส์ มีจำนวน 4 สาขา (บิวตี้ บูฟเฟต์)

2. การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่สินค้าคอนซูเมอร์

2.1 จำหน่ายผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด ซุปเปอร์มาร์เก็ต และ คอนวีเนียนสโตร์ ขึ้นนำรวม 38 แห่ง 1,003 จุดจำหน่าย เช่น Boots จำนวน 280 สาขา, ท็อป ซุปเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 193 สาขา, เทสโก้ โลคัส จำนวน 172 สาขา, บิ๊กซี ซุปเปอร์เซ็นเตอร์ จำนวน 157 สาขา, คิง พาวเวอร์ 22 สาขา ฯลฯ

2.2 จำหน่ายผ่านช่องทาง Traditional Trade มีการจำหน่ายใน Traditional Trade จำนวน 448 แห่ง สินค้าจำนวน 28 SKUs

2.3 ช่องทางเค้ดตาล็อก จำนวน 2 เล่ม คือ Friday Catalog และ 24 Shopping ของเซเว่น อีเลฟเว่น มีสินค้าวางจำหน่ายจำนวน 650 สาขา และมีสินค้าวางจำหน่าย 15 SKUs

2.4 ช่องทาง E-commerce จำนวน 17 แห่ง โดยแบ่งเป็นเว็บไซต์ภายนอก Third party 18 แห่ง และภายในคือ Beauty plaza คือ Website ,Facebook ,Line และ Amazon

3. การออกงานแสดงสินค้า

บริษัทได้ร่วมงานออกงาน ดังนี้

- 3.1 Top Thai Brands Cambodia ณ ประเทศกัมพูชา วันที่ 1-4 กุมภาพันธ์ 2561
- 3.2 Asean Beauty 2018 ณ ไบเทค บางนา ระหว่างวันที่ 3-5 พฤษภาคม 2561
- 3.3 Beauty World Middle East 2018 ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ระหว่างวันที่ 8-10 พฤษภาคม 2561
- 3.4 China International Beauty Expo ณ เมืองเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ระหว่างวันที่ 22-24 พฤษภาคม 2561
- 3.5 Beauty & Spa Expo India 2018 ณ เมืองนิวเดลี ประเทศอินเดีย ระหว่างวันที่ 28-29 พฤษภาคม 2561
- 3.6 Beyond Beauty Asean Bangkok ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 20-22 กันยายน 2561
- 3.7 Cosmoprof Asia ณ ประเทศฮ่องกง ระหว่างวันที่ 14-16 พฤศจิกายน 2561

4. การออกงานพบปะนักลงทุนไทยและต่างประเทศ

ผู้บริหารของบริษัทฯ ได้เดินทางไป Road Show ทั้งในและต่างประเทศเพื่อให้ข้อมูลและความเชื่อมั่นกับกองทุนและนักลงทุน ดังนี้

- 4.1 งาน CEO's Day ของ หลักทรัพย์ภัทร วันที่ 17 มกราคม 2561 ที่ โรงแรมอนันตราสยามกรุงเทพฯ โดย นายแพทย์สุวิน ไกรภูมิยศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และ นายสุรพล เพชรกลิ้ง ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน
- 4.2 งาน Thai Corporate Day ของบริษัทหลักทรัพย์ บัวหลวง วันที่ 19 มกราคม 2561 ที่ โรงแรมคอนราดกรุงเทพฯ โดย ดร. พิระพงษ์ กิติเวชโกภาวัฒน์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และ นายสุรพล เพชรกลิ้ง ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน
- 4.3 งาน Opportunity Day วันที่ 14 มีนาคม 2561 บริษัทได้ร่วมงาน Opportunity Day รายงานผลประกอบการปี ของไตรมาส 4/2560 ที่อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- 4.4 Roadshow ที่ สิงคโปร์ วันที่ 15-16 มีนาคม 2561 โดยมีชื่องาน “Thailand Corporate Day ร่วมกับ บริษัทหลักทรัพย์ ธนชาติ และ Daiwa Capital Markets โดยนางสาวศิริกรีย์ พัทธวิระนนท์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ
- 4.5 งาน Beauty Press Conference & Analyst Meeting วันที่ 4 กรกฎาคม 2561 ที่ บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) โดย นายแพทย์สุวิน ไกรภูมิยศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดร.พิระพงษ์ กิติเวชโกภาวัฒน์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นายสุรพล เพชรกลิ้ง ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน และนางสาวศิริกรีย์ พัทธวิระนนท์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ
- 4.6 งาน Thailand Focus 2018 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วันที่ 29 สิงหาคม 2561 ที่ โรงแรมแกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ กรุงเทพฯ โดย ดร.พิระพงษ์ กิติเวชโกภาวัฒน์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และ นายสุรพล เพชรกลิ้ง ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน

5. วิสัยทัศน์ และตัวขับเคลื่อนหลักของปี 2562

วิสัยทัศน์ : International Beauty & Health Business

เป้าหมาย : ตั้งเป้ารายได้เติบโตมากกว่า 20% พร้อมรักษายอดตราค่าไรสุทธิมากกว่า 25%

ตัวขับเคลื่อนหลัก :

- 5.1 Oversea : Expand International business to 15 countries : Enhance Cross border Platforms, Online & offline Channel in Mainland China
- 5.2 Retail Business Models: Strengthen & Improve Business models to create and capture more customer value.
- 5.3 Consumer Product: Leverage sales Efficiency on Existing Channels and Expand to well-Selected with High Potential Growth Channels.
- 5.4 E-Commerce: Re-structured and Re-Organized E-Commerce Platform to Grow Stronger Future Revenue.
- 5.5 Product Driven: Deliver more Innovation Trendy and Health Concepts into New and Existing Product to Add Up Value and Drive Customer Engagement
- 5.6 Marketing: Create more International Marketing Strategy and Enhance O2O Strategy (Online to Offline Synchronization) for Local Market to Boost up Strong Sales Growth.

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

(นายสุรพล เพชรกลิ้ง)

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน