

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2562 และงวด 9 เดือน ปี 2562

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2562 และงวด 9 เดือน ปี 2562

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) รายงานผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 3 ปี 2562 และงวด 9 เดือน ปี 2562 เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 3 ปี 2561 ดังนี้

ล้านบาท	ไตรมาส 3		เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY)		เทียบกับไตรมาสที่แล้ว (QoQ)		ยอดสะสม		เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY)	
	ปี 2562	%	+/-	%	+/-	%	ปี 2562	%	+/-	%
รายได้รวม	456.98	100.00%	(624.68)	(57.75%)	(74.63)	(14.04%)	1,537.32	100.00%	(1,306.80)	(45.95%)
กำไรขั้นต้น	276.53	60.85%	(399.52)	(59.10%)	(41.30)	(12.99%)	924.69	60.57%	(908.50)	(49.56%)
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	215.66	47.19%	(53.62)	(19.91%)	(46.71)	(17.80%)	726.25	47.24%	(61.54)	(7.81%)
กำไรสำหรับงวด	50.85	11.13%	(278.14)	(84.54%)	4.08	8.73%	167.17	10.87%	(700.59)	(80.74%)
EBITDA	76.29	16.69%	(349.57)	(82.09%)	4.42	6.14%	249.23	16.21%	(872.22)	(77.78%)

หมายเหตุ : 1. เปรียบเทียบกำไรขั้นต้น จำนวนเปรียบเทียบยอดขายได้จากการขาย

รายได้รวม

รายได้รวม ไตรมาส 3 ปี 2562 เท่ากับ 456.98 ล้านบาท ลดลง 57.75% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และลดลง 14.04% จากไตรมาส 2 ปี 2562 และงวด 9 เดือน ปี 2562 เท่ากับ 1,537.32 ล้านบาท ลดลง 45.95% จากงวด 9 เดือน ปี 2561 และ Same Store Sales Growth ที่งวด 9 เดือน เท่ากับ -47.55%

สำหรับสัดส่วนรายได้ปี 2562 นี้ ส่วนใหญ่มาจากการขายผ่านช่องทางร้านค้าปลีก โดยมีสัดส่วนของร้านบิวตี้ บูทไฟต์เท่ากับ 43.61% ร้านบิวตี้คอทเทจ 12.09% ร้านบิวตี้ มาร์เก็ต 1.10% ต่างประเทศ 24.93% คอนซุมเมอร์โปรดักส์ 15.80% อีคอมเมิร์ซ 1.22% และอื่นๆ 1.26% อนึ่ง การขายไปตลาดต่างประเทศบริษัทขายสินค้าในลักษณะค้าส่ง

รายได้ที่ลดลงหลักๆ เป็นผลกระทบมาจากสงครามการค้าระหว่างจีนกับอเมริกา ทำให้สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ เป็นผลทำให้ผู้บริโภคใช้จ่ายใช้สอยลดลง และจากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดของกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอางที่ยังแข่งขันกันจัดโปรโมชั่นต่างๆ ออกมาเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากทั้งคู่แข่งรายเดิม และคู่แข่งรายใหม่ที่เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้บริษัท ยังมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ด้วยการพัฒนารูปแบบ Model ร้านค้าปลีกใหม่ให้เป็น Multi Brand มากขึ้น รวมถึงผลักดันการเติบโตในช่องทาง Modern Trade และ E-Commerce มากขึ้น ส่วนตลาดต่างประเทศได้มีการปรับกลยุทธ์โดยการเพิ่มช่องทางใหม่ในตลาดจีน รวมทั้งการขายไปยังตลาด International ประเทศอื่นๆอีกสืบทว่าประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงจากตลาดเดียว ซึ่งได้มีการเซ็นสัญญาแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายครบทุกประเทศเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 3 ปี 2562 เท่ากับ 276.53 ล้านบาท ลดลง 59.10% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และลดลง 12.99% จากไตรมาส 2 ปี 2562 และงวด 9 เดือน ปี 2562 เท่ากับ 924.69 ล้านบาท ลดลง 49.56% จากงวด 9 เดือน ปี 2561

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นไตรมาส 3 ปี 2562 เท่ากับ 60.85% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 3 ปี 2561 (62.72%) และสูงกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 2 ปี 2562 (60.16%) และอัตรากำไรขั้นต้น 9 เดือน ปี 2562 เท่ากับ 60.57% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นจากงวด 9 เดือน ปี 2561 ซึ่งเท่ากับ 65.16%

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นที่ลดลงนั้น หลักๆเป็นผลมาจากการทำโปรโมชันเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง รวมทั้งการให้ส่วนลดที่มากขึ้นเพื่อเปิดช่องทางการขายใหม่ๆ ในตลาดต่างประเทศ

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ไตรมาส 3 ปี 2562 เท่ากับ 215.66 ล้านบาท ลดลง 19.91% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และลดลง 17.80% จากไตรมาส 2 ปี 2562 และงวด 9 เดือน ปี 2562 เท่ากับ 726.25 ล้านบาท ลดลง 7.81% จากงวด 9 เดือน ปี 2561 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่ลดลง หลักๆ มาจากการปรับกลยุทธ์และแผนดำเนินงานของบริษัท ที่มุ่งเน้นบริหารจัดการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามโครงการประหยัดค่าใช้จ่าย (Cost saving program) เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการโฆษณาและส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายที่มีลักษณะคงที่ต่างๆ ด้วยการปิดสาขาที่ไม่มีศักยภาพในการทำกำไร เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และอีกส่วนหนึ่งลดลงจากค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน เช่น ค่าคอมมิชชั่น เนื่องจากผันแปรไปตามยอดขายที่ลดลง เป็นต้น

อนึ่ง สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม (SG&A) ต่อยอดรายได้รวมในไตรมาส 3 ปี 2562 คิดเป็น 47.19% ต่อยอดรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 3 ปี 2561 ที่เท่ากับ 24.90% ต่อยอดรายได้รวม และลดลงจากไตรมาส 2 ปี 2562 ที่เท่ากับ 49.36% ต่อยอดรายได้รวม และงวด 9 เดือน ปี 2562 คิดเป็น 47.24% ต่อยอดรายได้รวม เพิ่มขึ้นจากงวด 9 เดือน ปี 2561 ที่เท่ากับ 27.70% ต่อยอดรายได้รวม ซึ่งสัดส่วนค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีส่วนของค่าใช้จ่ายลักษณะคงที่ซึ่งเมื่อยอดขายได้ลดลงจะทำให้สัดส่วนของค่าใช้จ่ายต่อยอดขายเพิ่มขึ้น

กำไรสุทธิ

กำไรสำหรับงวด ไตรมาส 3 ปี 2562 เท่ากับ 50.85 ล้านบาท ลดลง 84.54% จากไตรมาส 3 ปี 2561 และเพิ่มขึ้น 8.73% จากไตรมาส 2 ปี 2562 และงวด 9 เดือน ปี 2562 เท่ากับ 167.17 ล้านบาท ลดลง 80.74% จากงวด 9 เดือน ปี 2561 กำไรสำหรับงวด ไตรมาส 3 ปี 2562 เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 2 ปี 2562 มาจากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ประกอบกับบริษัทสามารถบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี

การจ่ายเงินปันผล

ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2562 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ปี 2562 ในอัตราหุ้นละ 0.035 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 104.80 ล้านบาท หรือเท่ากับ 90.10% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย ให้กับผู้ถือหุ้นซึ่งมีชื่อปรากฏ ณ วันกำหนดรายชื่อผู้ถือหุ้น (Record Date) ที่มีสิทธิรับเงินปันผลในวันที่ 28 สิงหาคม 2562 ซึ่งจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 9 กันยายน 2562

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

(นายสุรพล เพชรคลัง)
ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน