

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2559

เรียน กรรมการและผู้จัดการ
 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2559

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) รายงานผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 1 ปี 2559 เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 ปี 2558 ดังนี้

- รายได้รวม ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 529.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45.39%
- กำไรขั้นต้น ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 349.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.67%
- ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 146.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.72%
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 46.51 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 35.30%
- กำไรสำหรับงวด ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 129.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70.02%

ล้านบาท	ไตรมาส 1				เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY)		ไตรมาส 4		เทียบกับไตรมาสที่แล้ว (QoQ)	
	ปี 2559	%	ปี 2558	%	+ / -	%	ปี 2558	%	+ / -	%
รายได้จากการขาย	524.54	98.99%	357.93	98.21%	166.62	46.55%	570.77	99.43%	(46.22)	(8.10%)
ต้นทุนขาย	175.18	33.06%	114.75	31.48%	60.43	52.66%	194.05	33.81%	(18.87)	(9.73%)
กำไรขั้นต้น	349.36	66.60%	243.18	67.94%	106.19	43.67%	376.71	66.00%	(27.35)	(7.26%)
รายได้อื่น	5.36	1.01%	6.54	1.79%	(1.18)	(18.03%)	3.25	0.57%	2.11	65.10%
รวมรายได้	529.91	100.00%	364.47	100.00%	165.44	45.39%	574.01	100.00%	(44.11)	(7.68%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	146.67	27.68%	120.50	33.06%	26.17	21.72%	157.05	27.36%	(10.38)	(6.61%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	46.51	8.78%	34.37	9.43%	12.13	35.30%	59.17	10.31%	(12.66)	(21.39%)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	161.55	30.49%	94.85	26.02%	66.70	70.32%	163.74	28.53%	(2.19)	(1.34%)
ต้นทุนทางการเงิน	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
ภาษีเงินได้	32.33	6.10%	18.85	5.17%	13.48	71.53%	32.77	5.71%	(0.44)	(1.35%)
กำไรสำหรับงวด	129.22	24.39%	76.00	20.85%	53.22	70.02%	130.97	22.82%	(1.75)	(1.34%)
กำไรขาดทุนจากประมาณการ ผลประโยชน์พนักงาน(สุทธิ)	-	0.00%	-	0.00%	-	100.00%	-	0.00%	-	100.00%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	129.22	24.39%	76.00	20.85%	53.22	70.02%	130.97	22.82%	(1.75)	(1.34%)
EBITDA	174.13	32.86%	106.57	29.24%	67.56	63.40%	180.77	31.49%	(6.64)	(3.67%)

หมายเหตุ: 1. เปรียบเงินค่ากำไรขั้นต้น จำนวนเปรียบเทียบยอดขายจากการขาย 2. งปี 2558 เป็นฉบับปรับปรุงใหม่

รายได้รวม

รายได้รวม ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 529.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 45.39% จากไตรมาส 1 ปี 2558 และลดลง 7.68% จากไตรมาส 4 ปี 2558 รายได้เพิ่มขึ้นหลักๆ มาจากการขยายสาขาที่เพิ่มขึ้นมาก โดยเพิ่มขึ้น 44 สาขา จาก 304 สาขา ณ 31 มีนาคม 2558 (ในประเทศ : ร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ 205 สาขา, ร้านบิวตี้ คอทเทจ 67 สาขา, และร้านบิวตี้ มาร์เก็ต 10 สาขา และสาขต่างประเทศ : ร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ 19 สาขา และร้านบิวตี้ คอทเทจ 3 สาขา) เพิ่มขึ้นเป็น 348 สาขา ณ 31 มีนาคม 2559 (ในประเทศ : ร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ 230 สาขา, ร้านบิวตี้ คอทเทจ 72 สาขา, และร้านบิวตี้ มาร์เก็ต 14 สาขา และสาขต่างประเทศ : ร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ 29 สาขา และร้านบิวตี้ คอทเทจ 3 สาขา) และเพิ่มขึ้นจาก Same Store Sales Growth ที่งวดไตรมาส 1 ปี 2559 เฉลี่ยเท่ากับ 26.35% ส่วนรายได้หลักๆ มาจากคอกเบียร์รับ สำหรับสัดส่วนรายได้ปี 2559 นี้ ส่วนใหญ่มาจากการขายผ่านช่องทางร้านค้าปลีก โดยมีสัดส่วน

ของร้านบิวตี้ นูฟเฟ้ต์เท่ากับ 71.94% ร้านบิวตี้ คอทเทจ 9.93% ร้านบิวตี้ มาร์เก็ต 2.96% แฟรนไชส์ 0.98% คอนซูมเมอร์โปรดักส์ 8.73% ค่าส่ง, ต่างประเทศและอื่นๆ 5.46%

รายได้รวมลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 4 ปีที่แล้ว เนื่องจากไตรมาส 4 เป็น high season ของธุรกิจ

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 349.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 43.67% จากไตรมาส 1 ปี 2558 และลดลง 7.26% จากไตรมาส 4 ปี 2558

กำไรขั้นต้นในไตรมาส 1 ปี 2559 เพิ่มขึ้นมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 66.60% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 1 ปี 2558 (67.94%) และมากกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 4 ปี 2558 (66.00%)

ค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 146.67 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.72% จากไตรมาส 1 ปี 2558 และลดลง 6.61% จากไตรมาส 4 ปี 2558 ค่าใช้จ่ายในการขายเพิ่มขึ้นจากงวดเดียวกันของปีที่แล้วหลักๆมาจากค่าเช่าร้านและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน เนื่องจากมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นมากในปีนี้อยู่และมีการจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมเพื่อรองรับการขยายสาขาและรองรับร้านรูปแบบใหม่ด้วย รวมทั้งผลกระทบจากการปรับค่าจ้างประจำปีในเดือนมกราคมที่ผ่านมา

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 46.51 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 35.30% จากไตรมาส 1 ปี 2558 และลดลง 21.39% จากไตรมาส 4 ปี 2558 ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นหลักๆเนื่องจากมีจำนวนบุคลากรที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของบริษัท

อนึ่ง สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม(SG&A)ต่อยอดขายได้รวมในไตรมาส 1 ปี 2559 คิดเป็น 36.45% ต่อยอดรายได้รวม ลดลงจากไตรมาส 1 ปี 2558 ที่เท่ากับ 42.49% ต่อยอดรายได้รวม และลดลงจากไตรมาส 4 ปี 2558 ที่เท่ากับ 37.67% ต่อยอดรายได้รวม ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการควบคุมค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี

กำไรสุทธิ

กำไรสำหรับงวด ไตรมาส 1 ปี 2559 เท่ากับ 129.22 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 70.02% จากไตรมาส 1 ปี 2558 และลดลง 1.34% จากไตรมาส 4 ปี 2558 กำไรสำหรับงวดเพิ่มขึ้น หลักๆมาจากยอดขายได้และกำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น และความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายซึ่งทำได้ดี แต่ลดลงจากไตรมาสที่แล้วเล็กน้อยเนื่องจากการที่ไตรมาส 4 เป็นช่วง High season ของธุรกิจ

งบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์รวม ณ 31 มีนาคม 2559 เท่ากับ 1,600.69 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 107.77 ล้านบาท หรือ 7.22% จาก 31 ธันวาคม 2558 โดยรายการที่เพิ่มขึ้นหลักๆมาจากการได้เงินมาจากกิจกรรมดำเนินงาน โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเท่ากับ 287.91 ล้านบาท, เงินลงทุนชั่วคราว 540.00 ล้านบาท (เงินลงทุนชั่วคราว หมายถึง เงินฝากระยะสั้นกับสถาบันการเงินครบกำหนดภายในระยะเวลาที่เกิน 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี) ส่วนยอดลูกหนี้เท่ากับ 46.11 ล้านบาท ซึ่งไม่มีลูกหนี้ที่ผิดชำระหนี้, สินค้าคงเหลือสุทธิ 289.93 ล้านบาท, ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ 306.41 ล้านบาท

ส่วนหนี้สินรวมเท่ากับ 312.64 ล้านบาท ลดลง 21.92 ล้านบาท หรือ 6.55% จาก 31 ธันวาคม 2558 หนี้สินหลักๆได้แก่ เจ้าหนี้การค้า 97.59 ล้านบาท, ค่าใช้จ่ายค้างจ่ายเท่ากับ 51.72 ล้านบาท, เจ้าหนี้ค่าทรัพย์สินเท่ากับ 28.93 ล้านบาท สำหรับส่วนของผู้อื้อหุ้นมียอดเท่ากับ 1,277.74 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 129.73 ล้านบาท หรือ 11.30% จาก 31 ธันวาคม 2558 โดยสาเหตุหลักที่เพิ่มมาจากกำไรจากการดำเนินงานสำหรับงวด

งบกระแสเงินสด

สำหรับไตรมาส 1 ปี 2559 บริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานจำนวน 101.78 ล้านบาท ใช้ไปจากกิจกรรมลงทุน 67.12 ล้านบาท ซึ่งเป็นการจัดซื้ออาคารและอุปกรณ์ 12.88 ล้านบาท ส่วนเงินลงทุนชั่วคราวลดลง 80.00 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	30/3/2559	31/12/2558	31/12/2557	31/12/2556	31/12/2555
อัตราส่วนสภาพคล่อง	3.66	3.20	4.60	6.84	10.75
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป	115	137	141	132	113
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า(ทั้งหมด)	149	178	188	187	176
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	40.24%	36.01%	28.87%	21.25%	28.63%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	31.48%	28.96%	24.83%	19.07%	24.27%
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.26	0.30	0.18	0.13	0.09

อัตราส่วนสภาพคล่อง เท่ากับ 3.66 เท่า แสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้น ได้ดี ดีขึ้นจากปีที่แล้ว

อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า(สินค้าสำเร็จรูป) เท่ากับ 115 วัน ซึ่งถือว่าอยู่ในอัตราที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินงานของบริษัท ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสที่แล้วและปรับตัวดีขึ้นจากสิ้นปีก่อนอีกด้วย ทั้งนี้เพราะมีสินค้าที่จำเป็นต้องสต็อกไว้เพื่อการขยายสาขาที่มีการเปิดสาขาจำนวนมาก อีกทั้งการสต็อกสินค้าสำหรับร้านบิวตี้ มาร์เก็ตที่สต็อกสินค้ามีมากกว่าร้านบิวตี้ บูฟเฟต์ และร้านบิวตี้ คอทเทจ และเพื่อแก้ปัญหาการ Shortage ซึ่งทำให้เสียโอกาสในการขาย

อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น เท่ากับ 40.24% ซึ่งอยู่ในอัตราที่สูง ดีขึ้นจากปีที่แล้วเนื่องจากสามารถทำกำไรได้เพิ่มขึ้น

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เท่ากับ 31.48% ซึ่งอยู่ในอัตราที่สูง ดีขึ้นจากปีที่แล้วเนื่องจากมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น เท่ากับ 0.26 เท่า แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีหนี้สินอยู่น้อยมากเมื่อเทียบกับส่วนของผู้ถือหุ้น ดีขึ้นเล็กน้อยจากปีที่แล้ว

การจ่ายเงินปันผล

ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2558 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลรวมทั้งสิ้นสำหรับปี 2557 ในอัตราหุ้นละ 0.99 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 297.00 ล้านบาท หรือเท่ากับ 99.33% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย (นโยบายจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่า 50% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย) โดยจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลไปแล้วเมื่อวันที่ 12 กันยายน 2557 ในอัตราหุ้นละ 0.35 บาท คงเหลือเงินปันผลที่จ่ายเพิ่มอีกในอัตราหุ้นละ 0.64 บาท ซึ่งจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 22 พฤษภาคม 2558 และที่ประชุมผู้ถือหุ้น ในวันที่ 24 เมษายน 2558 ได้อนุมัติการจ่ายเงินปันผลนี้แล้ว

ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2558 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลระหว่างกาล ปี 2558 ในอัตราหุ้นละ 0.05 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 150.00 ล้านบาท หรือเท่ากับ 88.44% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย ซึ่งจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 11 กันยายน 2558 อนึ่ง อัตราเงินปันผลต่อหุ้นลดลง เป็นผลเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นจากหุ้นละ 1.00 บาทต่อหุ้น จำนวน 300 ล้านหุ้น จำนวนเงิน 300.00 ล้านบาท เปลี่ยนเป็นมูลค่าหุ้นละ 0.10 บาทต่อหุ้น จำนวน 3,000 ล้านหุ้น จำนวนเงิน 300.00 ล้านบาท โดยสัดส่วนการถือหุ้นไม่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งผ่านการอนุมัติจากการประชุมผู้ถือหุ้น เมื่อ 24 เมษายน 2558 และจดทะเบียนการเปลี่ยนแปลงกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อ 8 พฤษภาคม 2558

นอกจากนี้ ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2559 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลรวมทั้งสิ้นสำหรับปี 2558 ในอัตราหุ้นละ 0.133 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 399.00 ล้านบาท หรือเท่ากับ 99.13% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย (นโยบายจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่า 50% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย) โดยจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลไปแล้วเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2557 ในอัตราหุ้นละ 0.05 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 150.00 ล้านบาท คงเหลือเงินปันผลที่จ่ายเพิ่มอีกในอัตราหุ้นละ 0.083 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 249.00 ล้านบาท ซึ่งจะจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 19 พฤษภาคม 2559 และที่ประชุมผู้ถือหุ้น ในวันที่ 25 เมษายน 2559 ได้อนุมัติการจ่ายเงินปันผลนี้เรียบร้อยแล้ว

มุมมองผู้บริหาร : สรุปผลการดำเนินงาน ประจำปีไตรมาส 1 ปี 2559

- ยอดขายที่เติบโตสูงมาจากอะไร จะโตอย่างไรไปถึงเมื่อไร ?
- ทำไมกำไรยังโตสูง ?

คำถามยอดฮิตในช่วงนี้คงหนีไม่พ้นสองสามคำถามข้างต้นนี้เป็นแน่ เนื่องจากท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่รุ่มเร้าในปัจจุบันนี้ ทั้งในประเทศและนอกประเทศ ทั้งจากภาวะเศรษฐกิจและจากภัยแล้งที่เกิดขึ้นในช่วงนี้ แต่ทว่าบิวตี้ยังสามารถรักษาการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมได้ถึงกว่า 45% และมีอัตราเพิ่มของ Same Store Sales Growth เฉลี่ยกว่า 26% และกำไรในไตรมาสนี้เพิ่มขึ้นถึง 70% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ถึงแม้จะลดลงเล็กน้อยจากไตรมาส 4 ปีที่แล้ว ซึ่งต้องยอมรับว่าไตรมาส 4 เป็นช่วง High season ของธุรกิจนี้

การที่ยอดขายเติบโตสูงในช่วงไตรมาสนี้ มาจากหลายปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ การเพิ่มสาขาอย่างต่อเนื่อง โดย ณ 31 มีนาคม 2559 มีสาขารวมในประเทศทั้งหมดถึง 316 สาขา ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้ เนื่องจากการขยายตัวของเมือง (Urbanization) รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาสนใจกับบุคลิกภาพส่วนตัวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการที่ไทยเป็นเมืองร้อน ผู้คนส่วนใหญ่จึงชอบที่จะมาช้อปปิ้งในห้างสรรพสินค้าที่มีเครื่องปรับอากาศ ซึ่งการที่ร้านของบิวตี้ได้ขยายตัวควบคู่ไปกับการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า เช่น โลตัส บิ๊กซี เซ็นทรัล โรบินสัน ฯลฯ จึงได้รับประโยชน์จากเรื่องเหล่านี้ด้วย

ปัจจัยต่อมาได้แก่การนำระบบ Customer Relation Management Program (CRM) มาใช้ ส่งผลให้มีลูกค้าที่เป็นสมาชิกเพิ่มมากขึ้นและมีการแลกแต้มแลกพอยท์ซึ่งประสบผลสำเร็จอย่างดี ส่วนการออกผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างสม่ำเสมอก็เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น การทำโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มยอดขาย การได้รับความนิยมนอย่างสูงจากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวจีน ชาวตะวันตก และเพื่อนบ้าน ที่จะลืมไม่ได้คือการพัฒนาทีมขายให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งทำอย่างต่อเนื่องและมีหลักสูตรที่ดี ซึ่งปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้จะสามารถสร้างความเติบโตให้กับยอดขายของบริษัทฯในระยะยาวได้

นอกจากนี้ ในช่องทางอื่นก็มีการเติบโตที่สูงเช่นเดียวกัน เช่น ช่องทางคอนซูเมอร์โปรดักส์ ทั้งจากโมเดิร์นเทรด เทเรคคิชั่นนอลเทรด และแคตตาล็อก ช่องทางอีคอมเมิร์ซซึ่งเริ่มเป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น รวมถึงช่องทางต่างประเทศก็มีการเจริญเติบโตที่สูงมากเช่นกัน

ในมุมมองกำไรสุทธิที่เพิ่มสูงขึ้น ก็เนื่องจากยอดขายที่เติบโตสูงขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่าย SG&A ส่วนหนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ เมื่อยอดขายสูงขึ้นจึงส่งผลให้เปอร์เซ็นต์ของกำไรสุทธิต่อยอดขายสูงขึ้นนั่นเอง รวมทั้งทางบริษัทฯ ได้มีการทำ Cost saving program เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่อง

จากปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น บริษัทฯจึงมั่นใจว่าจะสามารถเติบโตได้ตามเป้าหมายอย่างแน่นอน

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

(นายสุรพล เพชรกลิ้ง)
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน