

ส่วนที่ 3 ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

13. ข้อมูลทางการเงินที่สำคัญ

ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

สรุปรายงานการสอบบัญชี

งบการเงินสำหรับปี สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558

ตรวจสอบโดย นางสาวสมจินตนา พลศิริรัตน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5599 จาก บริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งได้แสดงความเห็นว่างบการเงินแสดงฐานะทางการเงินของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

งบการเงินสำหรับปี สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557

ตรวจสอบโดย นางสาวสมจินตนา พลศิริรัตน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5599 จาก บริษัท สอบบัญชี ดี ไอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งได้แสดงความเห็นว่างบการเงินแสดงฐานะทางการเงินของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 ผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด สำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน โดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

ตารางสรุปงบการเงินรวม บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)
 สำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 , 2557 และ 2556

(หน่วย: ล้านบาท)

งบแสดงฐานะการเงิน	31 ธันวาคม 2558	%	31 ธันวาคม 2557	%	31 ธันวาคม 2556	%
			(ปรับปรุงใหม่)		(ปรับปรุงใหม่)	
สินทรัพย์หมุนเวียน						
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	119.01	7.97%	174.56	13.56%	192.14	16.87%
เงินลงทุนชั่วคราว	620.00	41.53%	380.00	29.53%	500.00	43.89%
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	40.93	2.74%	22.26	1.73%	25.84	2.27%
สินค้าคงเหลือ	290.11	19.43%	288.49	22.42%	175.77	15.43%
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,070.05	71.67%	865.31	67.24%	893.76	78.46%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน						
เงินฝากสถาบันการเงินที่มีภาระผูกพัน	10.00	0.67%	10.00	0.78%	-	0.00%
เงินลงทุนระยะยาว	-	0.00%	100.00	7.77%	-	0.00%
ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์	292.53	19.59%	198.43	15.42%	157.01	13.78%
สิทธิการเช่า	8.70	0.58%	10.60	0.82%	11.10	0.97%
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	14.78	0.99%	20.08	1.56%	10.76	0.94%
สินทรัพย์ภายใต้การดัดบัญชี	8.22	0.55%	3.54	0.28%	1.52	0.13%
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	88.65	5.94%	78.99	6.14%	65.02	5.71%
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	422.87	28.33%	421.64	32.76%	245.41	21.54%
รวมสินทรัพย์	1,492.92	100.00%	1,286.95	100.00%	1,139.17	100.00%
หนี้สินหมุนเวียน						
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	272.96	18.28%	142.69	11.09%	110.76	9.72%
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	61.60	4.13%	47.69	3.71%	25.48	2.24%
รวมหนี้สินหมุนเวียน	334.55	22.41%	190.38	14.79%	136.24	11.96%
หนี้สินไม่หมุนเวียน						
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงาน	6.90	0.46%	5.72	0.44%	1.60	0.14%
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	3.46	0.23%	3.34	0.26%	2.55	0.22%
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน	10.36	0.69%	9.06	0.70%	4.15	0.36%
รวมหนี้สิน	344.92	23.10%	199.44	15.50%	140.39	12.32%
ส่วนของผู้ถือหุ้น						
ทุนเรือนหุ้น						
ทุนจดทะเบียน						
หุ้นสามัญ 3,000,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท	300.00		-		-	
หุ้นสามัญ 300,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท	-		300.00		300.00	
ทุนที่ชำระแล้ว						
หุ้นสามัญ 3,000,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท	300.00		-		-	
หุ้นสามัญ 300,000,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 1.00 บาท	-		300.00		300.00	
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	556.44	37.27%	556.44	43.24%	556.44	48.85%
กำไรสะสม						
จัดสรรแล้ว						
สำรองตามกฎหมาย	30.00	2.01%	30.00	2.33%	27.86	2.45%
ยังไม่ได้จัดสรร	261.56	17.52%	201.07	15.62%	114.48	10.05%
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	1,148.00	76.90%	1,087.51	84.50%	998.78	87.68%
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	1,492.92	100.00%	1,286.95	100.00%	1,139.17	100.00%

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ
สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2557 และ 2556

(หน่วย: ล้านบาท)

งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ	2558	%	2557	%	2556	%
รายได้จากการขาย	1,773.02	98.94%	(ปรับปรุงใหม่) 1,359.45	98.14%	(ปรับปรุงใหม่) 970.70	97.35%
ต้นทุนขาย	(586.42)	-32.72%	(444.58)	-32.09%	(287.87)	-28.87%
กำไรขั้นต้น	1,186.60	66.93%	914.87	67.30%	682.82	70.34%
รายได้อื่น						
ดอกเบี้ยรับ	13.67	0.76%	18.28	1.32%	21.57	2.16%
อื่น ๆ	5.34	0.30%	7.54	0.54%	4.85	0.49%
รวมรายได้อื่น	19.01	1.06%	25.82	1.86%	26.42	2.65%
รวมรายได้	1,792.03	100.00%	1,385.27	100.00%	997.11	100.00%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	(543.56)	-30.33%	(439.53)	-31.73%	(348.20)	-34.92%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	(159.23)	-8.89%	(124.37)	-8.98%	(101.73)	-10.20%
ต้นทุนทางการเงิน	-	0.00%	-	0.00%	(0.21)	-0.02%
กำไรก่อนภาษีเงินได้	502.82	28.06%	376.79	27.20%	259.10	25.98%
ภาษีเงินได้	(100.32)	-5.60%	(75.63)	-5.46%	(52.13)	-5.23%
กำไรสำหรับปี	402.49	22.46%	301.16	21.74%	206.97	20.76%
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จอื่น :						
กำไร(ขาดทุน)จากประมาณการตามหลัก						
คณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับโครงการ						
ผลประโยชน์พนักงาน						
- สุทธิจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	-	0.00%	(2.43)	-0.18%	-	0.00%
กำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปี	-	0.00%	(2.43)	-0.18%	-	0.00%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปี	402.49	22.46%	298.73	21.56%	206.97	20.76%

* อัตราร้อยละของกำไรขั้นต้น คำนวณจากมูลค่ากำไรขั้นต้น หาดด้วยรายได้หลักจากการขายผลิตภัณฑ์ (ไม่รวมรายได้อื่นๆ) ซึ่งสอดคล้องกับอัตรากำไรขั้นต้นที่เปิดเผยในอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

งบกระแสเงินสด
สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2557 และ 2556

(หน่วย: ล้านบาท)

งบกระแสเงินสด	2558	2557	2556
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน		(ปรับปรุงใหม่)	(ปรับปรุงใหม่)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	502.82	376.79	259.10
รายการปรับปรุงกระทบกำไรก่อนภาษีเงินได้เป็นเงินสดรับ (จ่าย) จากกิจกรรมดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	48.70	43.98	32.16
หนี้สงสัยจะสูญ	-	-	0.25
ขาดทุนจากการลดมูลค่าของสินค้า	1.55	0.17	(0.05)
ขาดทุนจากการลดมูลค่าทรัพย์สิน	4.93	-	-
(กำไร)ขาดทุนจากการขายทรัพย์สิน	(0.02)	(0.64)	1.29
ขาดทุนจากการตัดจำหน่ายทรัพย์สิน	3.10	1.23	-
(รายได้)รูดคูปอง - คะแนนสะสม	(6.32)	(4.32)	(1.16)
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงาน	1.18	1.08	0.32
ดอกเบี้ยจ่าย	-	-	0.21
กำไรจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้ดำเนินงาน	555.93	418.30	292.12
สินทรัพย์จากการดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง			
ลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น	(18.20)	3.58	(14.33)
สินค้าคงเหลือ	(3.17)	(112.89)	(52.15)
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น	(9.67)	(13.97)	(16.09)
สินทรัพย์จากการดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง	(31.04)	(123.27)	(82.57)
หนี้สินจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
เจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น	124.40	26.59	23.23
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	0.13	0.79	0.33
หนี้สินจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)	124.52	27.39	23.57
เงินสดได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมดำเนินงาน	649.42	322.41	233.12
จ่ายดอกเบี้ย	-	-	(0.21)
จ่ายภาษีเงินได้	(91.10)	(54.84)	(40.76)
เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมดำเนินงาน	558.32	267.57	192.15
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินลงทุนชั่วคราว(เพิ่มขึ้น)ลดลง	(240.00)	110.00	(40.00)
ซื้อเงินลงทุนระยะยาว	100.00	(100.00)	-
ซื้ออาคาร และอุปกรณ์	(130.56)	(74.25)	(47.92)
เงินรับจากการขายอุปกรณ์	0.04	1.62	1.27
ซื้อสิทธิการเช่า	-	(1.37)	(0.30)
ซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	(1.36)	(11.15)	(9.54)
เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมลงทุน	(271.87)	(75.14)	(96.49)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน			
ชำระหนี้สินตามสัญญาเข้าการเงิน	-	-	(0.82)
ชำระคืนเงินกู้ยืมระยะยาวจากสถาบันการเงิน	-	-	(5.97)
จ่ายเงินปันผล	(342.00)	(210.00)	(195.00)
เงินสดสุทธิได้มา(ใช้ไป)จากกิจกรรมจัดหาเงิน	(342.00)	(210.00)	(201.80)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(55.55)	(17.57)	(106.13)
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นงวด	174.56	192.14	298.26
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดสิ้นงวด	119.01	174.56	192.14

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ
สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ 31 ธันวาคม 2558, 2557 และ 2556

อัตราส่วนทางการเงิน		2558	2557	2556
อัตราส่วนสภาพคล่อง				
อัตราส่วนสภาพคล่อง	(เท่า)	3.20	4.55	6.56
อัตราส่วนสภาพคล่องหมุนเร็ว	(เท่า)	2.33	3.08	5.27
อัตราส่วนสภาพคล่องกระแสเงินสด	(เท่า)	2.13	1.64	1.75
อัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้การค้า	(เท่า)	91.38	148.35	146.96
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	(วัน)	4	2	2
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ	(เท่า)	2.03	1.92	1.92
ระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ย	(วัน)	178	188	187
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป	(เท่า)	2.63	2.55	2.73
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	(วัน)	137	141	132
อัตราส่วนหมุนเวียนเจ้าหนี้	(เท่า)	5.50	6.75	6.38
ระยะเวลาชำระหนี้	(วัน)	65	53	56
วงจรเงินสด	(วัน)	116	137	133
อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร				
อัตรากำไรขั้นต้น	(%)	66.93%	67.30%	70.34%
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	(%)	28.06%	27.20%	25.98%
อัตราส่วนเงินสดต่อการทำกำไร	(%)	111.04%	71.01%	74.10%
อัตราส่วนกำไรสุทธิ	(%)	22.46%	21.56%	20.76%
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	(%)	36.01%	28.87%	20.85%
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน				
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	(%)	28.96%	24.83%	18.66%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ถาวร	(%)	182.62%	195.29%	170.01%
อัตราการหมุนของสินทรัพย์	(เท่า)	1.29	1.14	0.90
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายการเงิน				
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	(เท่า)	0.30	0.18	0.14
อัตราส่วนความสามารถชำระดอกเบี้ย	(เท่า)	-	-	1,184.20
อัตราส่วนความสามารถชำระภาระผูกพัน	(เท่า)	0.91	0.94	0.64
อัตราการจ่ายเงินปันผล	(%)	84.97%	69.73%	94.22%
อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น	(บาท)	0.13	1.00	0.69

หมายเหตุ * อัตรากำไรสุทธิต่อหุ้น ปี 2558 จำนวนที่ฐานทุนจดทะเบียน 3,000 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 0.10 บาท ปี 2557 และ 2556 จำนวนที่ฐานทุนจดทะเบียน 300 ล้านหุ้น มูลค่าหุ้นละ 1 บาท

คำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน

● ภาพรวมการดำเนินงานที่ผ่านมา

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2543 (เดิมชื่อ บริษัท โมนาโพลิเตนท์ จำกัด) ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์เพื่อความงามได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Make-up) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว (Skin care) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) และอุปกรณ์เสริมความงาม (Accessories) ปัจจุบันจัดจำหน่ายภายใต้ร้านค้าปลีก ได้แก่ “บิวตี้ บัฟเฟต์ (Beauty Buffet)”, “บิวตี้ คอทเทจ (Beauty Cottage)” และ “บิวตี้ มาร์เก็ต (Beauty Market)” รวมทั้งจำหน่ายโปรดักส์ เบนด์ ด้วยแบรนด์ “เมด อิน เนเจอร์ (Made in Nature)” และผลิตภัณฑ์แบรนด์ “เกิร์ลลี่ เกิร์ล (Girly Girl)” ซึ่งจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านคอนวีเนียนสโตร์, แค็ตตาล็อกและร้านค้าปลีกค้าส่งต่างๆ (Traditional trade) ซึ่งแต่ละแนวคิดจะมีความแตกต่างกันในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และตำแหน่งทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน และเป็นการสร้างฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกระดับของการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม

บิวตี้ บัฟเฟต์ , บิวตี้ คอทเทจ และบิวตี้ มาร์เก็ต จัดจำหน่ายโดยผ่านช่องทางร้านค้าปลีก โดยที่ บิวตี้ บัฟเฟต์ มีความโดดเด่นในการจำหน่ายทั้งผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวและเครื่องสำอาง ในขณะที่บิวตี้ คอทเทจ เน้นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเพื่อการบำรุงผิว ส่วนบิวตี้ มาร์เก็ต เปิดตัวในไตรมาส 3 ของปี 2556 เป็นแนวคิดในการนำเสนอรูปแบบการผสมผสานระหว่างคอนเซ็ปต์ของ Super Market และร้านเครื่องสำอางเข้าด้วยกัน ภายใต้แนวคิดนี้ได้นำจุดเด่นของการซื้อสินค้าที่หลากหลายใน Super Market ร้านสะดวกซื้อและความตื่นเต็นของการช้อปปิ้งเครื่องสำอางมาผนวกเข้าด้วยกัน บิวตี้ มาร์เก็ต เป็นร้านเครื่องสำอางเฉพาะอย่าง (Beauty specialty store) ที่มุ่งเน้นการขายผลิตภัณฑ์เพื่อความงามโดยเฉพาะ จึงทำให้เกิดความแตกต่างและความแปลกใหม่ในวงการร้านเครื่องสำอาง ส่วนผลิตภัณฑ์ เมด อิน เนเจอร์ และเกิร์ลลี่ เกิร์ล (Girly Girl) เป็นสินค้ากลุ่มสกินแคร์ จำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านคอนวีเนียนสโตร์ , แค็ตตาล็อก และร้านค้าปลีกค้าส่งต่างๆ(Traditional trade)

ที่ผ่านมาบริษัทขยายสาขาร้านค้าปลีกเพื่อการจัดจำหน่ายทั้งในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และในจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ รวมทั้งการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดและเทรดดิชั่นนอลเทรด ส่งผลให้รายได้รวมของบริษัทเติบโตอย่างต่อเนื่องเป็น 1,792.03 ล้านบาทในปี 2558 จาก 1,385.27 ล้านบาทในปี 2557 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 29.36 โดยบริษัทมีกำไรสุทธิในปี 2558 และปี 2557 เป็นจำนวน 402.49 ล้านบาท และ 301.16 ล้านบาท(ปรับปรุงใหม่) ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 22.46 และร้อยละ 21.74 ตามลำดับ ทั้งนี้ กำไรสุทธิของบริษัทมีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สาเหตุสำคัญเนื่องมาจากการเปิดตัวและขยายตัวอย่างรวดเร็วของทั้งบิวตี้ บัฟเฟต์ บิวตี้ คอทเทจ และร้านบิวตี้ มาร์เก็ต รวมถึงช่องทางอื่น รวมทั้งการที่รายได้เพิ่มขึ้นในขณะที่ค่าใช้จ่ายคงที่บางส่วนยังคงมีจำนวนเท่าเดิม ซึ่งทำให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of scale) ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสะท้อนถึงการมีประสิทธิภาพในการควบคุมค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้เพื่อให้บริษัทเติบโตอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวโน้มมูลค่าตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทย และมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASIAN Economic Community: AEC) และการเปิดเสรีทางการค้า (Free Trade Area: FTA)ปัจจุบันบริษัทมีโครงการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับความงาม สุขภาพ และไลฟ์สไตล์ ซึ่งเป็นสายธุรกิจที่บริษัทมีความเชี่ยวชาญ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค รวมทั้งการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น

● การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานสำหรับปี 2558 และปี 2557

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทสำหรับปี 2557 และปี 2556 เป็นดังนี้

รายได้

โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

หน่วย : ล้านบาท

โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่าย	2558			2557			2556			เปลี่ยนแปลง	
	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ
จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก(Retail shops) :											
- ร้านบิวตี้ บัฟเฟต์(Beauty Buffet)	1,343.86	74.99%	75.79%	1,080.72	78.02%	79.50%	766.12	76.83%	78.93%	263.14	24.35%
- ร้านบิวตี้ คอทเทจ(Beauty Cottage)	202.60	11.31%	11.43%	156.83	11.32%	11.54%	139.40	13.98%	14.36%	45.77	29.19%
- ร้านบิวตี้ มาร์เก็ต(Beauty Market)	65.77	3.67%	3.71%	56.51	4.08%	4.16%	13.25	1.33%	1.37%	9.26	16.39%
รวมจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก	1,612.24	89.97%	90.93%	1,294.06	93.42%	95.19%	918.77	92.14%	94.65%	318.18	24.59%
จำหน่ายผ่านแฟรนไชส์ (Franchises)	26.04	1.45%	1.47%	22.41	1.62%	1.65%	23.76	2.38%	2.45%	3.63	16.21%
จำหน่ายผ่าน Oversea, Wholesales & Other	59.00	3.29%	3.33%	17.82	1.29%	1.31%	14.37	1.44%	1.48%	41.18	231.07%
จำหน่ายผ่าน Consumer Product	75.75	4.23%	4.27%	25.16	1.82%	1.85%	13.79	1.38%	1.42%	50.59	201.07%
รวมรายได้จากการขาย	1,773.02	98.94%	100.00%	1,359.45	98.14%	100.00%	970.69	97.35%	100.00%	413.57	30.42%
รายได้อื่น	19.01	1.06%		25.82	1.86%		26.42	2.65%		(6.81)	(26.39%)
รวมรายได้ทั้งสิ้น	1,792.03	100.00%		1,385.27	100.00%		997.11	100.00%		406.76	29.36%

รายได้รวมของบริษัทในปี 2558 และ 2557 มีจำนวนเท่ากับ 1,792.03 ล้านบาท และ 1,385.27 ล้านบาท(ปรับปรุงใหม่) ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 29.36 รายได้จากการขายหลักๆของบริษัท มาจากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางร้านค้าปลีก มีจำนวนเท่ากับ 1,612.24 ล้านบาท หรือร้อยละ 89.97 ส่วนการจำหน่ายผ่านแฟรนไชส์ มีจำนวนเท่ากับ 26.04 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.45 จำหน่ายผ่านช่องทางค้าส่งทั้งในและต่างประเทศและอื่นๆ มีจำนวนเท่ากับ 59.00 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.29 จำหน่ายผ่านคอนซูเมอร์โปรดักส์ 75.75 ล้านบาท หรือร้อยละ 4.23 และรายได้อื่น 19.01 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.06

ทั้งนี้ ผลประกอบการของบริษัทมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2558 เนื่องจากหลายปัจจัย ได้แก่ การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนการขยายสาขาและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย, การที่กำลังซื้อของสินค้าความสวยงามเติบโตดีทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัดจากการที่ทุกคนใส่ใจและสนใจในบุคลิกตนเองเพิ่มขึ้นและการขยายตัวของเมืองเพิ่มขึ้น อีกทั้งบริษัทได้จัดกิจกรรมด้าน CRM กับลูกค้าสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ยอดขายต่อบิลและอัตราการกลับมาซื้อของลูกค้าสมาชิกเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับบริษัทฯ ให้ความสำคัญกับ พนักงานขายหน้าร้าน (sales force) โดยได้มีการ Re-training พนักงานขาย ทุกระดับเพื่อทบทวนและเพิ่มเติมความรู้สินค้าและบริการ นอกจากนี้ บิวตี้ได้มีการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดปีที่ผ่านมา รวมทั้งยังมีปัจจัยสนับสนุนเพิ่มเติมที่ทำให้ยอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้นคือ สินค้าของ BEAUTY ได้รับความสนใจและยอมรับจากลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมาก เช่น จีน ฮองกง และตะวันออกกลาง

โครงสร้างรายได้แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

หน่วย : ล้านบาท

โครงสร้างรายได้แยกตาม กลุ่มผลิตภัณฑ์	2558			2557			2556			เปลี่ยนแปลง	
	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ (ต่อรายได้รวม)	ร้อยละ (ต่อยอดขาย)	มูลค่า	ร้อยละ
รายได้จากร้าน บิวตี้ บูฟเฟต์											
เครื่องสำอาง	386.57	21.57%	28.77%	364.93	26.34%	33.77%	369.55	37.06%	48.24%	21.65	5.93%
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	917.85	51.22%	68.30%	664.81	47.99%	61.52%	348.22	34.92%	45.45%	253.04	38.06%
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	2.75	0.15%	0.20%	7.27	0.52%	0.67%	0.85	0.09%	0.11%	(4.52)	(62.15%)
อุปกรณ์เสริมความงาม	36.69	2.05%	2.73%	43.71	3.16%	4.04%	47.5	4.76%	6.20%	(7.03)	(16.07%)
รวมรายได้จากร้าน บิวตี้ บูฟเฟต์	1,343.86	74.99%	100.00%	1,080.72	78.02%	100.00%	766.12	76.83%	100.00%	263.14	24.35%
รายได้จากร้าน บิวตี้ คอทเทจ											
เครื่องสำอาง	77.33	4.32%	38.17%	63.71	4.60%	40.62%	61.07	6.12%	43.81%	13.62	21.37%
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	117.03	6.53%	57.76%	85.21	6.15%	54.33%	67.6	6.78%	48.49%	31.82	37.34%
อุปกรณ์เสริมความงาม	8.25	0.46%	4.07%	7.91	0.57%	5.04%	10.73	1.08%	7.70%	0.34	4.26%
รวมรายได้จากร้าน บิวตี้ คอทเทจ	202.60	11.31%	100.00%	156.83	11.32%	100.00%	139.4	13.98%	100.00%	45.77	29.19%
รายได้จากร้าน บิวตี้ มาร์เก็ต											
เครื่องสำอาง	32.10	1.79%	48.80%	27.61	1.99%	48.86%	6.43	0.64%	48.53%	4.48	16.24%
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	14.22	0.79%	21.62%	10.49	0.76%	18.56%	2.58	0.26%	19.47%	3.73	35.55%
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย	7.19	0.40%	10.93%	7.41	0.53%	13.11%	1.78	0.18%	13.43%	(0.22)	(3.00%)
อุปกรณ์เสริมความงาม	3.22	0.18%	4.90%	4.33	0.31%	7.66%	0.74	0.07%	5.58%	(1.11)	(25.55%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผม	3.03	0.17%	4.61%	2.52	0.18%	4.46%	0.71	0.07%	5.36%	0.51	20.25%
ผลิตภัณฑ์น้ำหอม	3.84	0.21%	5.84%	2.08	0.15%	3.68%	0.5	0.05%	3.77%	1.76	84.64%
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	1.22	0.07%	1.85%	1.05	0.08%	1.86%	0.26	0.03%	1.96%	0.17	15.76%
ผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำ	0.77	0.04%	1.18%	0.77	0.06%	1.37%	0.16	0.02%	1.21%	(0.00)	(0.25%)
ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชาย	0.18	0.01%	0.28%	0.24	0.02%	0.43%	0.09	0.01%	0.68%	(0.06)	(24.01%)
รวมรายได้จากร้าน บิวตี้ มาร์เก็ต	65.77	3.67%	100.00%	56.51	4.08%	100.00%	13.25	1.33%	100.00%	9.26	16.39%
จำหน่ายผ่านแฟรนไชส์ (Franchises)	26.04	1.45%	100.00%	22.41	1.62%	100.00%	23.76	2.38%	100.00%	3.63	16.21%
จำหน่ายผ่าน Oversea, Wholesales & Other	59.00	3.29%	100.00%	17.82	1.29%	100.00%	14.37	1.44%	100.00%	41.18	231.07%
จำหน่ายผ่าน Consumer Product	75.75	4.23%	100.00%	25.16	1.82%	100.00%	13.79	1.38%	100.00%	50.59	201.07%
รายได้อื่น ๆ	19.01	1.06%	100.00%	25.82	1.86%	100.00%	26.42	2.65%	100.00%	(6.81)	(26.39%)
รวมรายได้ทั้งสิ้น	1,792.03	100.00%		1,385.27	100.00%		997.11	100.00%		406.76	29.36%

โครงสร้างรายได้แยกตามช่องทางการจัดจำหน่ายและตราผลิตภัณฑ์

(หน่วย : ล้านบาท)

ช่องทาง \ ตราสินค้า	ปี 2558													
	ตราสินค้า บิวตี้ บูฟเฟต์		ตราสินค้า บิวตี้ คอทเทจ		ตราสินค้า บิวตี้ มาร์เก็ต		ตราสินค้า บิวตี้ บูฟเฟต์		ตราสินค้า บิวตี้ คอทเทจ		ตราสินค้า บิวตี้ มาร์เก็ต		รวม	
ร้าน บิวตี้ บูฟเฟต์	1,276.06	90.29%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	33.53	57.91%	34.28	86.09%	1,343.86	74.99%
	94.95%		0.00%	0.00%		0.00%		2.49%		2.55%		0.00%	100.00%	
ร้าน บิวตี้ คอทเทจ	-	0.00%	202.60	96.05%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	202.60	11.31%
	0.00%		100.00%		0.00%		0.00%		0.00%		0.00%		100.00%	
ร้าน บิวตี้ มาร์เก็ต	10.44	0.74%	2.92	1.38%	49.50	98.29%	0.70	97.10%	1.73	2.98%	0.49	1.22%	65.77	3.67%
	15.88%		4.44%		75.25%		1.06%		2.62%		0.74%		100.00%	
ร้านของแฟรนไชส์	24.77	1.75%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	0.70	1.22%	0.56	1.42%	26.04	1.45%
	95.13%		0.00%		0.00%		0.00%		2.71%		2.17%		100.00%	
จำหน่ายผ่านช่องทาง	48.86	3.46%	2.08	0.99%	-	0.00%	0.01	0.93%	20.80	35.92%	4.00	10.06%	75.75	4.23%
	64.50%		2.75%		0.00%		0.01%		27.46%		5.29%		100.00%	
Consumer Product	53.17	3.76%	3.32	1.58%	0.86	1.71%	0.01	1.98%	1.14	1.97%	0.48	1.21%	59.00	3.29%
	90.13%		5.64%		1.46%		0.02%		1.93%		0.82%		100.00%	
ต่างประเทศ, ล้าส์	1,413.31	100.00%	210.93	100.00%	50.36	100.00%	0.72	100.00%	57.90	100.00%	39.82	100.00%	1,773.02	98.94%
	79.71%		11.90%		2.84%		0.04%		3.27%		2.25%		100.00%	
รายได้อื่น	-		-		-		-		-		-		19.01	
	1,413.31	100.00%	210.93	100.00%	50.36	100.00%	0.72	100.00%	57.90	100.00%	39.82	100.00%	1,792.03	100.0%
รวมรายได้ทั้งหมด	78.87%		11.77%		2.81%		0.04%		3.23%		2.22%		100.00%	

รายได้ของบริษัทเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องมาจากการขยายสาขาร้านค้าปลีกของ บิวตี้ บุปเฟ่ต์ , บิวตี้ คอทเทจ และ บิวตี้ มาร์เก็ต รวมถึงการจัดจำหน่ายโปรดักส์ แบรินด์ ด้วยผลิตภัณฑ์แบรนด์เมด อิน เนเจอร์ และผลิตภัณฑ์ แบรินด์เกิร์ลลี่ เกิร์ล (Girly Girl) ซึ่งจำหน่ายผ่านทางสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านคอนวีเนียนสโตร์, แค็ตตาล็อกและร้านค้าปลีกค้าส่งต่างๆ(Traditional trade) โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) รายได้จากบิวตี้ บุปเฟ่ต์

รายได้จากการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดร้านบิวตี้ บุปเฟ่ต์ ในปี 2558 และปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 1,343.86 ล้านบาท และ 1,080.72 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.99 และร้อยละ 78.02 ของรายได้รวม ตามลำดับ และคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 24.35 ซึ่งเป็นผลจากการขยายสาขาในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น โดยสาขา ณ สิ้นปี 2558 มีจำนวนรวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ 256 สาขา (ในประเทศ 227 สาขา และต่างประเทศ 29 สาขา) เพิ่มขึ้น 39 สาขาจาก ณ สิ้นปี 2557 ที่มีจำนวน 217 สาขา (ในประเทศ 204 สาขา และต่างประเทศ 13 สาขา) ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว, ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง, ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และอุปกรณ์เสริมความงาม มีสัดส่วนการจำหน่ายโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 68.30 ร้อยละ 28.77 ร้อยละ 0.20 และร้อยละ 2.73 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ บิวตี้ บุปเฟ่ต์ นอกเหนือจากการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกที่ดำเนินการโดยบริษัทภายใต้แนวคิดร้านบิวตี้ บุปเฟ่ต์ แล้ว ยังมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางอื่นอีก ได้แก่ ผ่านแฟรนไชส์ ผ่านร้านบิวตี้ มาร์เก็ต และผ่านการขายส่งทั้งในและต่างประเทศ และผ่านช่องทางคอนซูเมอร์ โปรดักส์ด้วย โดยมียอดขายเฉลี่ยผ่านช่องทางแฟรนไชส์ร้อยละ 1.75 และช่องทางต่างๆที่เหลือร้อยละ 7.96 ของรายได้รวมของแบรนด์ บิวตี้ บุปเฟ่ต์

(2) รายได้จากบิวตี้ คอทเทจ

ผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด บิวตี้ คอทเทจ ณ สิ้นปี 2558 มีการเปิดสาขาทั้งหมดเป็นจำนวน 73 สาขา (ในประเทศ 70 สาขา และต่างประเทศ 3 สาขา) เพิ่มขึ้น 5 สาขาจากปี 2557 ที่มี 68 สาขา(ในประเทศ 65 สาขา และต่างประเทศ 3 สาขา) และปี 2558 และ 2557 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 202.60 ล้านบาท และ 156.83 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 29.19 โดยบิวตี้ คอทเทจ มุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสารสกัดจากธรรมชาติจากพืชสมุนไพรที่มีคุณสมบัติเด่นในการบำรุงผิว จึงทำให้สัดส่วนโดยเฉลี่ยของยอดขายของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวอยู่ที่ร้อยละ 57.76 ในขณะที่สัดส่วนเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอุปกรณ์เสริมความงามอยู่ที่ประมาณร้อยละ 38.17 และร้อยละ 4.07 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของ บิวตี้คอทเทจ มีการจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่งเช่นเดียวกันกับ บิวตี้ บุปเฟ่ต์ โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายประมาณร้อยละ 3.95 ของรายได้รวม แต่ไม่ได้มีการจัดจำหน่ายผ่านแฟรนไชส์

(3) รายได้จากบิวตี้ มาร์เก็ต

ผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด บิวตี้ มาร์เก็ต ได้รับการเปิดตัวเป็นครั้งแรกในไตรมาส 3 ปี 2556เป็นร้านซูเปอร์มาร์เก็ตของความงาม (The Supermarket of Beauty) ณ สิ้นปี 2558 มีการเปิดสาขาทั้งหมดเป็นจำนวน 13 สาขา (ในประเทศทั้งหมด) เพิ่มขึ้น 3 สาขาจากปี 2557 ที่มี 10 สาขา และปี 2558 และ 2557 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 65.77 ล้านบาท และ 56.51 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 16.39 ทั้งนี้ สัดส่วนยอดขายของแต่ละผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ร้อยละ 48.80, ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ร้อยละ 21.62, ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกาย ร้อยละ 10.93, อุปกรณ์เสริมความงาม ร้อยละ 4.90, ผลิตภัณฑ์บำรุงผม ร้อยละ 4.61, น้ำหอม ร้อยละ 5.84, ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ร้อยละ 1.85, ผลิตภัณฑ์ครีมอาบน้ำ ร้อยละ 1.18 และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ชาย ร้อยละ 0.28 โดยร้าน บิวตี้ มาร์เก็ต มีสัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นของบริษัทเอง ร้อยละ 24.75 และผลิตภัณฑ์ของผู้อื่น ร้อยละ 75.25

(4) การจำหน่ายผ่านแฟรนไชส์ ในปี 2558 และ 2557 มีรายได้รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 26.04 ล้านบาท และ 22.41 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 16.20 การจำหน่ายผ่านแฟรนไชส์เป็นการจำหน่ายผ่านแฟรนไชส์ ที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทซึ่งเป็นร้านเก่าตั้งแต่เปิดบริษัทใหม่ ๆ จำนวน 5 ร้าน โดยปัจจุบันบริษัทไม่มีนโยบายเปิดให้แฟรนไชส์เพิ่มเติม

(5) การจำหน่ายผ่านช่องทางค้าส่งทั้งในและต่างประเทศและช่องทางอื่นๆ ปี 2558 และ 2557 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 59.00 ล้านบาท และ 17.82 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 231.07 การจำหน่ายผ่านช่องทางค้าส่งในประเทศเป็นการจำหน่ายผ่านผู้ขายส่งที่นำสินค้าไปขายในพื้นที่ที่ไม่มีสาขาของบริษัทตั้งอยู่ ส่วนการจำหน่ายผ่านช่องทางค้าส่งต่างประเทศเป็นการขายส่งให้กับลูกค้าชาวต่างชาติ เนื่องจากบริษัทมีนโยบายขายไปต่างประเทศโดยผ่านตัวแทนในลักษณะขายส่งโดยยอดจำหน่ายผ่านผู้ขายส่งในประเทศมีสัดส่วนที่น้อยและมีแนวโน้มที่ลดลงในอนาคตเนื่องจากบริษัทมีนโยบายการขายสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น แต่ยอดขายส่งให้กับลูกค้าต่างชาติมีสัดส่วนมากกว่ามากและมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่วนยอดขายอื่นๆ เป็นการขายให้พนักงานในราคาสวัสดิการและขาย Open House ซึ่งมีสัดส่วนไม่มากนัก

(6) การจำหน่ายผ่านช่องทางคอนซูเมอร์ โปรดักส์ ปี 2558 และ 2557 มีรายได้รวมเป็นจำนวน 75.75 ล้านบาท และ 25.16 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 201.07 ช่องทางนี้เป็นการ จำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ โมเดิร์นเทรด(Modern Trade) และผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่งทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด (Traditional Trade) รวมถึงการขายผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น ผ่านร้านคอนวีเนียนสโตร์ คาตาล็อก และเว็บไซต์ เป็นต้น

(7) รายได้อื่น

รายได้อื่นในปี 2558 และ 2557 มีจำนวนรวม 19.01 ล้านบาท และ 25.82 ล้านบาท ตามลำดับ โดยรายได้อื่นของบริษัทหลักๆได้แก่รายได้จากดอกเบี้ยรับ

ต้นทุนขายและกำไรขั้นต้น

ต้นทุนขายของบริษัทในปี 2558 และปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 586.42 ล้านบาท และ 444.58 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 66.93 และร้อยละ 67.30 ตามลำดับ อัตรากำไรขั้นต้นในปี 2558 ต่ำกว่าปี 2557 อยู่เล็กน้อย เนื่องจากยอดขายของร้านบิวตี้ มาร์เก็ต และช่องทางต่างๆที่มียอดขายเพิ่มขึ้น ซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าร้านบิวตี้ บุปเฟ่ต์และร้านบิวตี้ คอทเทจ ประกอบกับการทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายอย่างต่อเนื่องจึงทำให้อัตรากำไรขั้นต้นโดยรวมในปี 2558 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2557

เนื่องจากบริษัทมีนโยบายการผลิตสินค้าด้วยตนเอง ดังนั้นองค์ประกอบหลักของต้นทุนขายจึงได้แก่ต้นทุนการสั่งผลิตสินค้าสำหรับ บิวตี้ บุปเฟ่ต์ บิวตี้คอทเทจ และ บิวตี้ มาร์เก็ต คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 99 ของต้นทุนรวม สัดส่วนดังกล่าวค่อนข้างคงที่ในแต่ละปีเนื่องจากราคาสั่งผลิตมีความผันผวนค่อนข้างน้อย โดยบริษัทจะวางแผนการสั่งผลิตและการออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นรายปี ทำให้บริษัทมีความยืดหยุ่นในการปรับแผนการกำหนดราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนการสั่งผลิต ส่วนต้นทุนขายอื่นๆ ประกอบด้วยค่าขนส่งสินค้า ค่าภาษีและค่าใช้จ่ายอื่นๆในการนำเข้า คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยรวมประมาณร้อยละ 0.5 ของต้นทุนขายรวม

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ เมด อิน เนเจอร์ และเกิร์ลลี่ เกิร์ล จะมีโครงสร้างต้นทุนแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ เนื่องจากบริษัทจัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่ง (Traditional Trade) การจำหน่ายลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการขายขาด (Sales) ซึ่งทางห้างจะคิดค่าใช้จ่ายเป็น 2 ส่วนคือ ค่าแรกเข้าประมาณ 5,000 – 1,000,000 บาท (บันทึกบัญชีเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย) และส่วนแบ่งกำไรจากการขาย ประมาณร้อยละ 25 – 40 (บันทึกบัญชีเป็นยอดหักจากยอดขาย) ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขของแต่ละห้าง

ทั้งนี้ เจื่อนไขการจัดจำหน่ายสินค้าในลักษณะของการขายดังกล่าวส่งผลให้ต้นทุนขายของผลิตภัณฑ์ เมด อิน เนเจอร์ และ เกิร์ลลี่ เกิร์ล อยู่ในระดับที่สูงกว่าบิวตี้ บุฟเฟต์ และบิวตี้คอตเทจ อย่างไรก็ตาม การจัดจำหน่ายในลักษณะนี้จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของบริษัท เช่น ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย ค่าเช่า ค่าฝึกอบรม ค่าคอมมิชชั่น เป็นต้น ซึ่งทำให้อัตรากำไรสุทธิของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เมด อิน เนเจอร์ และเกิร์ลลี่ เกิร์ล อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์อื่นๆของบริษัท

นอกจากนี้ในช่วงปี 2558 และ 2557 บริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในลักษณะของการฝากขาย (Consignment) กับตัวแทนจำหน่ายหลายราย เช่น 7-Catalog, Friday Catalog, Web Lazada, Konvy ฯลฯ โดยราคาขายผลิตภัณฑ์จะมีระดับส่วนลดที่ใกล้เคียงกับส่วนแบ่งกำไรจากการขายในกรณีขายขาดผ่านคอนซูมเมอร์โปรดักส์ แต่ยอดขายยังน้อยมากเพียงประมาณร้อยละ 0.7 เมื่อเทียบกับรายได้รวม (ยอดขายได้นี้ถูกรวมอยู่ในช่องทางการจำหน่ายผ่าน Consumer Product)

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายในปี 2558 และ ปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 543.56 ล้านบาท และ 439.53 ล้านบาทตามลำดับคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.33 และร้อยละ 31.73 ของรายได้รวม ตามลำดับ โดยค่าใช้จ่ายในการขายหลักของบริษัทได้แก่ค่าเช่าและค่าบริการสำหรับการดำเนินงานสาขาร้านค้าปลีก คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 13.34 และร้อยละ 15.45 ของรายได้รวม ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการขายที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานรวมทั้งค่าคอมมิชชั่นพนักงานขาย ซึ่งในปี 2558 และ ปี 2557 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 10.40 และร้อยละ 10.53 ของรายได้รวม ตามลำดับ ทั้งนี้ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายต่อรายได้รวมในปี 2558 ลดลงจากปี 2557 เนื่องจากค่าใช้จ่ายบางส่วนเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ ซึ่งเมื่อยอดขายเพิ่มขึ้น ทำให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายลดลง

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร สำหรับปี 2558 และปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 159.23 ล้านบาท และ 124.37 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.89 และ ร้อยละ 8.98 ของรายได้รวม ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่สำคัญได้แก่ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน ซึ่งในปี 2558 และ ปี 2557 คิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.52 และร้อยละ 6.55 ของรายได้รวม ส่วนค่าใช้จ่ายในการบริหารอื่นๆ ได้แก่ ค่าเดินทาง ค่าฝึกอบรม ค่าธรรมเนียมต่างๆ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าเสื่อมราคา และอื่นๆ ทั้งนี้ ในปี 2558 สัดส่วนดังกล่าวปรับตัวลดลงเนื่องจากรายได้รวมมีการเติบโตเพิ่มขึ้นในขณะที่ค่าใช้จ่ายบริหารบางส่วนคงที่หรือเติบโตในสัดส่วนที่น้อยกว่ารายได้ ทั้งนี้ บริษัทได้คำนึงถึงการบริหารค่าใช้จ่ายต่างๆให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับบริษัท และมีการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆไม่ให้สูงเกินไปโดยได้มีการนำโครงการประหยัดค่าใช้จ่าย (Cost saving program) มาใช้เพื่อที่จะสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายที่สามารถควบคุมได้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

กำไรสุทธิ

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับงวดในปี 2558 และปี 2557 เป็นจำนวน 402.49 ล้านบาท และ 301.16 ล้านบาท(ปรับปรุงใหม่) ตามลำดับ คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 22.46 และร้อยละ 21.74 ตามลำดับ ทั้งนี้ กำไรสุทธิของบริษัทมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและอัตรากำไรสุทธิได้ปรับตัวขึ้นอีกด้วย สาเหตุสำคัญเนื่องมาจากการเปิดตัวและขยายตัวอย่างรวดเร็วของทั้งบิวตี้ บุฟเฟต์ บิวตี้ คอตเทจ และร้านบิวตี้ มาร์เก็ต รวมถึงช่องทางอื่นๆอีกด้วย รวมทั้งการที่รายได้เพิ่มขึ้นในขณะที่ค่าใช้จ่ายคงที่บางส่วนยังคงมีจำนวนเท่าเดิม ซึ่งทำให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of scale) ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสะท้อนถึงการมีประสิทธิภาพในการควบคุมค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี

อนึ่ง ในปี 2557 มีรายการปรับปรุงกำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จอื่นตามมาตรฐานบัญชี ซึ่งกำไรสำหรับปี 2557 เท่ากับ 301.16 ล้านบาท หักกำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จอื่น-สุทธิจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ เท่ากับ 2.43 ล้านบาท คงเหลือเป็นกำไรเบ็ดเสร็จสำหรับปี 2557 เท่ากับ 298.73 ล้านบาท ทั้งนี้ เนื่องจากมีการบันทึกรายการกำไร(ขาดทุน)เบ็ดเสร็จอื่นในไตรมาส 1 ปี 2557 ซึ่งเป็นกำไร(ขาดทุน)จากประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยสำหรับโครงการผลประโยชน์พนักงานที่เป็นยอดของปีก่อน จำนวน 3.04 ล้านบาท สุทธิจากค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้เท่ากับ 2.43 ล้านบาท (โปรดดูรายละเอียดได้ในงบการเงินประจำปี)

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินสำหรับปี 2558 และ ปี 2557

สินทรัพย์

สินทรัพย์รวมของบริษัท ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 1,492.92 ล้านบาท และ 1,286.95 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตราการขยายตัวร้อยละ 16.00 สาเหตุหลักการขยายตัวของสินทรัพย์รวมในปี 2558 เนื่องมาจากยอดขายเติบโตอย่างต่อเนื่องจากผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิด บิวตี้ บุปเฟ่ต์ และบิวตี้ คอทเทจ รวมทั้งการเปิดตัวของแนวคิด บิวตี้ มาร์เก็ต ทำให้บริษัทมีเงินสดเพิ่มขึ้นจากการดำเนินงาน มีสินค้าคงเหลือเพิ่มขึ้น มีสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้นจากการขยายกิจการและการก่อสร้างอาคารคลังสินค้าใหม่และศูนย์ฝึกอบรมใหม่

สินทรัพย์หมุนเวียน ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 1,070.05 ล้านบาท และ 865.31 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.67 และร้อยละ 67.24 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ สินทรัพย์หมุนเวียนของบริษัทประกอบด้วยสินทรัพย์ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

(1) เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 119.01 ล้านบาท และ 174.56 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 7.97 และร้อยละ 13.56 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ

(2) ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 บริษัทมีเงินลงทุนชั่วคราว จำนวน 620 ล้านบาท และ 380 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 41.53 และร้อยละ 29.54 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ เงินลงทุนชั่วคราวเป็นเงินฝากระยะสั้นกับสถาบันการเงินหลายแห่งในประเทศ ครบกำหนดภายในระยะเวลาที่เกิน 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี และไม่มีข้อจำกัดในการเบิกใช้

(3) ลูกหนี้การค้าสุทธิ ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 30.52 ล้านบาท และ 8.29 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.37 และร้อยละ 0.64 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ บริษัทมีลูกหนี้การค้าในสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวมเนื่องจากขายสินค้าด้วยเงินสดเกือบทั้งหมด โดยมีระยะเวลาในการเก็บหนี้เฉลี่ยเท่ากับ 4 วัน บริษัทมีการให้เครดิตทางการค้ากับลูกค้าคอนซูเมอร์ โปรดักส์ ลูกหนี้แฟรนไชส์ ลูกหนี้ค้าส่งต่างประเทศและพนักงานบริษัท ซึ่งลูกค้าคอนซูเมอร์ โปรดักส์มียอดลูกหนี้เพิ่มขึ้นจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่ง (Traditional Trade) จึงทำให้ลูกหนี้การค้าโดยรวมเพิ่มขึ้นกว่าในอดีต แต่ระยะเวลาในการเก็บหนี้เฉลี่ยยังสามารถรักษาให้อยู่ในระดับ 4 วัน อย่างไรก็ตามบริษัทไม่มีลูกหนี้การค้าที่ค้างชำระเกินกว่า 1 ปี

ลูกหนี้การค้า	31/12/2558		31/12/2557	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%
ลูกหนี้การค้าที่ไม่เกินกำหนดชำระ	25.02	81.98%	7.45	89.87%
ลูกหนี้การค้าเกินกำหนดชำระ				
- ไม่เกิน 3 เดือน	4.98	16.32%	0.81	9.77%
- มากกว่า 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี	0.52	1.70%	0.03	0.36%
รวมลูกหนี้การค้า	30.52		8.29	

(4) สินค้าคงเหลือ ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 290.11 ล้านบาท และ 288.48 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 19.43 และร้อยละ 22.42 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ สินค้าคงเหลือของบริษัทจะแบ่งออกได้เป็นสินค้าสำเร็จรูป บรรจุภัณฑ์ และวัสดุสิ้นเปลืองดังตาราง

สินค้าคงเหลือ	2558		< 1 ปี		1-3 ปี		> 3 ปี	
	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%	มูลค่า	%
สินค้าสำเร็จรูป	225.03	77.05%	223.37	99.26%	1.66	0.74%	-	0.00%
บรรจุภัณฑ์	46.14	15.80%	37.79	81.90%	7.98	17.30%	0.37	0.80%
งานระหว่างทำ	19.17	6.56%	19.17	100.00%	-	0.00%	-	0.00%
วัสดุสิ้นเปลือง	1.73	0.59%	1.66	95.95%	0.07	4.05%	-	0.00%
รวม	292.07	100.00%	281.99	96.55%	9.71	3.32%	0.37	0.13%
หัก ค่าเพื่อการลดมูลค่าของสินค้า	(1.96)	-	0.00	-	0.00	-	0.00	-
สุทธิ	290.11	-	-	-	-	-	-	-

บริษัทไม่มีนโยบายการผลิตสินค้าด้วยตนเอง แต่ใช้วิธีการสั่งผลิตโดยให้ผู้ผลิตเป็นผู้จัดทำวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด ดังนั้นสินค้าคงเหลือเกือบทั้งหมดของบริษัทจึงอยู่ในรูปของสินค้าสำเร็จรูปและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีมูลค่าโดยเฉลี่ยร้อยละ 99 ของสินค้าคงเหลือโดยรวม ทั้งนี้ สินค้าสำเร็จรูปจะมีนโยบายการตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่าสินค้าและสินค้าเสื่อมคุณภาพโดยพิจารณาจากอายุของสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว จะถูกตั้งค่าเพื่อในอัตราที่เร็วกว่าเครื่องสำอางและอุปกรณ์เสริมความงาม เนื่องจากมีอายุการขายที่สั้นกว่า และหากพบว่าสินค้าได้มีการชำรุดเสียหาย หหมดอายุ หรือยกเลิกการขาย จะถูกตั้งสำรองค่าเพื่อร้อยละ 100 สำหรับบรรจุภัณฑ์จะมีนโยบายการตั้งค่าเพื่อในอัตราที่ช้ากว่าสินค้าสำเร็จรูป เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่สามารถใช้ได้กับสินค้าหลายประเภท รวมทั้งบางส่วนสามารถนำมาพิมพ์ฉลากใหม่ได้ในกรณีที่สินค้ายกเลิกการผลิต ในส่วนของวัสดุสิ้นเปลืองนั้น ส่วนใหญ่ได้แก่เครื่องแบบพนักงานและอุปกรณ์อื่นๆ ได้มีการตั้งค่าเพื่อการลดมูลค่าและเสื่อมคุณภาพไว้ด้วยแล้ว

สินค้าคงเหลือที่ได้รับการตั้งสำรองค่าเพื่อการลดมูลค่าสินค้าและสินค้าเสื่อมคุณภาพส่วนใหญ่ได้แก่บรรจุภัณฑ์ เช่น ขวดกลอง สติกเกอร์ สำหรับสินค้าที่เลิกผลิตแล้วและไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รวมทั้งสินค้าสำเร็จรูปที่ชำรุด ซึ่งบริษัทจะแยกไว้เป็นคลังสินค้าชำรุด โดยสำหรับปี 2558 และ 2557 บริษัทมีการตั้งสำรองค่าเพื่อในส่วนของคลังสินค้าชำรุดเป็นจำนวน 0.28 ล้านบาท และ 0.07 ล้านบาท ตามลำดับ คลังสินค้าชำรุดมีจำนวนไม่มากนักเนื่องจากบริษัทมีการบริหารสต็อกที่ดีและมีแผนการทำลายสินค้าชำรุดในทุกๆสิ้นปี โดยการทำลายสินค้าดังกล่าว ได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของกรมสรรพากรทุกประการ

ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 บริษัทมีระยะเวลาการขายสินค้าเฉลี่ยเท่ากับ 178 วัน และ 188 วัน ตามลำดับ ซึ่งคำนวณรวมสินค้าคงเหลือประเภทบรรจุภัณฑ์ด้วย อย่างไรก็ตาม หากคำนวณเฉพาะระยะเวลาในการขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย ณ สิ้นปี 2558 และ 2557 มีระยะเวลาเท่ากับ 137 วัน และ 141 วัน ตามลำดับ ซึ่งลดลงจากปีก่อนและสมเหตุสมผลกับการสำรองสินค้าเพื่อขายสำหรับร้านค้าปลีกจำนวนมากและสำหรับสาขาที่เปิดใหม่ สต็อกสินค้าสำหรับสินค้าใหม่ และลดปัญหาสินค้าขาด รวมทั้งรองรับการเปิดร้านคอนเซ็ปท์ใหม่คือร้านบิวตี้ มาร์เก็ต ซึ่งเป็นร้านขนาดใหญ่กว่า ทั้งนี้ บริษัทมีการตรวจสอบอายุของสินค้าคงเหลืออย่างสม่ำเสมอและบริหารจัดการสินค้าตามอายุคงเหลือของสินค้าแต่ละประเภท ส่งผลให้สินค้าคงเหลือที่อยู่ในคลังปกติของบริษัทร้อยละ 96.55 เป็นสินค้าที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี ซึ่งถือว่ามีความเสี่ยงเรื่องสินค้าเสื่อมสภาพต่ำ

(5) สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 422.87 ล้านบาท และ 421.64 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.33 และร้อยละ 32.76 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนหลักของบริษัท ได้แก่ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์โดย ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวน 292.53 ล้านบาท และ 198.43 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นอัตรการเติบโตร้อยละ 47.42 โดยส่วนใหญ่ที่เพิ่มขึ้นเป็น การก่อสร้างอาคารคลังสินค้าใหม่และศูนย์ฝึกอบรมใหม่ และการลงทุนในเครื่องใช้สำนักงานและเครื่องตกแต่งสำหรับการขยายสาขาร้านค้าปลีก บิวตี้ บุฟเฟต์, บิวตี้ คอฟเทจ และบิวตี้ มาร์เก็ต

สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ สิทธิการเช่าระยะยาวของร้านค้าปลีกมาบุญครอง 1 ตัดจำหน่ายเป็นระยะเวลา 7 ปี ตามวิธีเส้นตรง โดยสัญญาสิ้นสุดลงในปี 2556 ทั้งนี้บริษัทได้ทำการต่ออายุสัญญาดังกล่าวอีกเป็นระยะเวลา 10 ปี ซึ่งสัญญานับใหม่

จะสิ้นสุดลงในปี 2566 นอกจากนี้ สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่นๆ ได้แก่ เงินมัดจำการเช่าซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการขยายสาขา และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนซึ่งได้แก่โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการดำเนินงานของบริษัท

ทั้งนี้ ในการระดมทุนจากประชาชนทั่วไปใน เดือนธันวาคม 2555 บริษัทจะนำเงินส่วนหนึ่งมาทำการลงทุนเพื่อการขยายสาขาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมทั้งลงทุนเพื่อการปรับปรุงระบบการดำเนินงานภายใน เช่น ระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ขยายคลังสินค้า ส่วนฝึกอบรม เป็นต้น เพื่อรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต จึงมีผลทำให้ บริษัทมีสินทรัพย์รวมที่เพิ่มขึ้นหลังจากการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยในปัจจุบันการก่อสร้างคลังสินค้าและส่วนฝึกอบรม กำลังอยู่ในขั้นตอนการก่อสร้าง โดยความคืบหน้า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 คืบหน้าประมาณร้อยละ 90 ของโครงการก่อสร้างทั้งหมด ซึ่งความคืบหน้าดังกล่าว เป็นไปตามแผนงานของโครงการ และคาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จและเข้าใช้ได้ภายในไตรมาส 1 ปี 2559 นี้ ส่วนระบบคอมพิวเตอร์ บริษัทได้มีการลงทุนพัฒนาระบบใหม่เพื่อปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยระบบบริหารทรัพยากรองค์กรโดยรวม (โปรแกรมบัญชี) (ERP : Enterprise Resource Planning) ได้เซ็นสัญญาซื้อขายโปรแกรมกับ MICROSOFT DYNAMICS AX 2012 และอยู่ในขั้นตอนพัฒนาโปรแกรม คาดว่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2559 นี้

สภาพคล่อง

(1) สภาพคล่องกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัทในปี 2558 และปี 2557 เท่ากับ 558.32 ล้านบาท และ 267.57 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการที่บริษัทมีกำไรที่เพิ่มขึ้นและเงินสดได้มาจากกิจกรรมดำเนินงานเพิ่มขึ้น กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนปี 2558 และปี 2557 มียอดใช้ไป 271.87 ล้านบาท และใช้ไป 75.14 ล้านบาท ตามลำดับ เนื่องจากใช้ไปในการนำเงินไปฝากสถาบันการเงินเป็นเงินลงทุนชั่วคราวเพิ่มขึ้น 240.00 ล้านบาทในปี 2558 และ การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรอันได้แก่การก่อสร้างอาคาร การซื้ออุปกรณ์และเครื่องตกแต่งสำนักงาน และการลงทุนซื้อโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับใช้ในการบริหารงาน สำหรับกระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงินในปี 2558 และปี 2557 มียอดใช้ไปจำนวน 342.00 ล้านบาท และ 210.00 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งเป็นการจ่ายเงินปันผล

(2) อัตราส่วนสภาพคล่อง

ในปี 2558 และปี 2557 บริษัทมีอัตราส่วนสภาพคล่องเท่ากับ 3.20 เท่าและ 4.55 เท่า ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เนื่องจากบริษัทมีการดำรงเงินสดจากการดำเนินงานไว้ค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาจากวงจรเงินสด จะเห็นได้ว่าวงจรเงินสดของบริษัทมีระยะเวลาดำเนินการ โดยในช่วง ปี 2558 และปี 2557 บริษัทมีวงจรเงินสดเท่ากับ 116 วัน และ 137 วัน ตามลำดับ สาเหตุเนื่องมาจากการระยะเวลาขายสินค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นและระยะเวลาการชำระหนี้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงมีสภาพคล่องที่เพียงพอสำหรับการบริหารวงจรเงินสดดังกล่าว จึงทำให้บริษัทไม่มีการพึ่งพาเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงิน

แหล่งที่มาของเงินทุน

หนี้สินรวมของบริษัท ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวน 344.92 ล้านบาท และ 199.44 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีหนี้สินหมุนเวียนที่สำคัญของบริษัทประกอบด้วย

(1) เจ้าหนี้การค้า ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวนรวมเท่ากับ 134.66 ล้านบาท และ 78.69 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.02 และร้อยละ 6.11 ของสินทรัพย์รวม ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาชำระหนี้เท่ากับ 65 วัน และ 53 วัน ตามลำดับ เจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้นในปี 2558 ส่วนหนึ่งเนื่องจากการสั่งซื้อสินค้าเพื่อเข้ามาจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น

(2) เจ้าหนี้อื่น ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายค้ำจ่าย เจ้าหนี้กรมสรรพากร เจ้าหนี้ค่าทรัพย์สิน ฯลฯ ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวนเท่ากับ 138.30 ล้านบาท และ 64.00 ล้านบาท ตามลำดับ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.26 และร้อยละ 4.97 ของสินทรัพย์รวมตามลำดับ

(3) ส่วนของผู้ถือหุ้น ณ สิ้นปี 2558 และสิ้นปี 2557 มีจำนวน 1,148.00 ล้านบาท และ 1,087.51 ล้านบาท ตามลำดับ ปี 2558 ส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้นจากปี 2557 เนื่องจากผลประกอบการที่ดีและมีกำไรซึ่งทำให้กำไรสะสมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ที่ประชุมกรรมการบริษัทเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2559 ได้มีมติอนุมัติการจ่ายเงินปันผลรวมทั้งสิ้นสำหรับปี 2558 ในอัตราหุ้นละ 0.133 บาท คิดเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 399.00 ล้านบาท หรือเท่ากับ 99.13% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย (นโยบายจ่ายเงินปันผลไม่น้อยกว่า 50% ของกำไรสุทธิหลังหักภาษีและสำรองตามกฎหมาย) โดยจ่ายเงินปันผลระหว่างกาลไปแล้วเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2558 ในอัตราหุ้นละ 0.05 บาท คงเหลือเงินปันผลที่จ่ายเพิ่มอีกในอัตราหุ้นละ 0.083 บาท ซึ่งจะจ่ายให้แก่ผู้ถือหุ้นในวันที่ 19 พฤษภาคม 2559 เพื่อเสนอขออนุมัติจากที่ประชุมผู้ถือหุ้น ในวันที่ 25 เมษายน 2559

อนึ่ง การประชุมผู้ถือหุ้น เมื่อ 24 เมษายน 2558 ได้มีการอนุมัติการเปลี่ยนแปลงมูลค่าหุ้นจากหุ้นละ 1.00 บาทต่อหุ้น จำนวน 300 ล้านหุ้น จำนวนเงิน 300.00 ล้านบาท เปลี่ยนเป็นมูลค่าหุ้นละ 0.10 บาทต่อหุ้น จำนวน 3,000 ล้านหุ้น จำนวนเงิน 300.00 ล้านบาท โดยสัดส่วนการถือหุ้นไม่มีการเปลี่ยนแปลง และจดทะเบียนการเปลี่ยนแปลงกับกระทรวงพาณิชย์แล้วเมื่อ 8 พฤษภาคม 2558

(4) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ณ สิ้นปี 2558 และ สิ้นปี 2557 เท่ากับ 0.30 เท่า และ 0.18 เท่า ตามลำดับ โดยเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เนื่องจากการที่หนี้สินรวมเพิ่มขึ้นมากกว่าการเพิ่มขึ้นของส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าบริษัทใช้แหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จากส่วนของผู้ถือหุ้น ทำให้มีความเสี่ยงด้านการเงินต่ำและมีความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ

คำตอบแทนของผู้สอบบัญชี

งบการเงินของบริษัทได้รับการตรวจสอบโดย นางสาวสมจินตนา พลศิริวัฒน์ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 5599 บริษัท สอบบัญชี ดี โอ เอ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีค่าใช้จ่ายสำหรับปี 2558 และปี 2557 เป็นจำนวน 1.06 ล้านบาท และ 0.94 ล้านบาท ตามลำดับ

ปัจจัยที่อาจมีผลต่อการดำเนินงานหรือฐานะการเงินของบริษัทในอนาคต

ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากบริษัทได้มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แนวคิดเมด อิน เนเจอร์ และเกิร์ลลี่ เกิร์ล โดยจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ โมเดิร์นเทรด (Modern Trade) และผ่านช่องทางร้านค้าปลีกค้าส่งทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด (Traditional Trade) ซึ่งช่องทางการขายดังกล่าวจะมีต้นทุนขายที่มากกว่าการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านค้าปลีกซึ่งเป็นช่องทางหลักของบริษัทในปัจจุบันซึ่งหากบริษัทมีสัดส่วนการขายผ่านช่องทางนี้จำนวนมากขึ้นอาจส่งผลให้แนวโน้มอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตาม การจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในลักษณะของการขายขาดและฝากขาย จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารของบริษัท เช่น ค่าใช้จ่ายพนักงานขาย ค่าเช่า ค่าฝึกอบรม ค่าคอมมิชชั่น เป็นต้น ซึ่งทำให้อัตรากำไรสุทธิของการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางดังกล่าวอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์อื่นๆของบริษัท ทั้งนี้ บริษัทคาดว่า การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางนี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้รายได้รวมและกำไรสุทธิของบริษัทโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้น

อนึ่ง การจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก ภายใต้คอนเซ็ปต์ บิวตี้ มาร์เก็ต (Beauty Market) เป็นร้านซูเปอร์มาร์เก็ตของความงาม (The Supermarket of Beauty) โดยการจัดจำหน่ายผ่านร้านบิวตี้ มาร์เก็ต (Beauty Market) จะมีกำไรขั้นต้นที่ต่ำกว่าร้านบิวตี้บูฟเฟต์และร้านบิวตี้ คอทเทจ เนื่องจากการจำหน่ายสินค้าของผู้อื่นด้วยซึ่งมีอัตรากำไรขั้นต้นต่ำกว่าสินค้าของบริษัทเอง ซึ่งหากบริษัทมีสัดส่วนการขายผ่านช่องทางนี้จำนวนมากขึ้นอาจส่งผลให้แนวโน้มอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทลดลง อย่างไรก็ตาม คาดว่าจะส่งผลให้รายได้รวมและกำไรสุทธิของบริษัทโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้น