

เรื่อง คำอธิบายและบทวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และปี 2564

เรียน กรรมการและผู้จัดการ  
 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

### สรุปผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และปี 2564

บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) รายงานผลการดำเนินงาน สำหรับไตรมาสที่ 4 ปี 2564 และปี 2564 เปรียบเทียบกับผลการดำเนินงาน ไตรมาสที่ 4 ปี 2563 ดังนี้

- รายได้รวม ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 117.30 ล้านบาท ลดลง 39.57% และปี 2564 เท่ากับ 411.82 ล้านบาท ลดลง 47.66%
- กำไรขั้นต้น ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 43.16 ล้านบาท ลดลง 57.78% และปี 2564 เท่ากับ 164.62 ล้านบาท ลดลง 60.43%
- ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 35.18 ล้านบาท ลดลง 53.60% และปี 2564 เท่ากับ 177.41 ล้านบาท ลดลง 54.86%
- ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 21.80 ล้านบาท ลดลง 30.74% และปี 2564 เท่ากับ 105.77 ล้านบาท ลดลง 34.08%
- กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ (8.44) ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้น 144.63% และปี 2564 เท่ากับ (80.77) ล้านบาท ขาดทุนลดลง 22.99%

ล้านบาท	ไตรมาส 4				เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY)		ไตรมาส 3		เทียบกับไตรมาสที่แล้ว (QoQ)		ยอดสะสม				เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (YoY)	
	ปี 2564	%	ปี 2563	%	+/-	%	ปี 2564	%	+/-	%	ปี 2564	%	ปี 2563	%	+/-	%
รายได้จากการขาย	112.49	95.90%	190.83	98.31%	(78.34)	(41.05%)	70.40	93.41%	42.08	59.78%	387.63	94.13%	769.30	97.77%	(381.67)	(49.61%)
ต้นทุนขาย	69.33	59.10%	88.61	45.65%	(19.28)	(21.76%)	39.78	52.79%	29.54	74.26%	223.02	54.15%	353.28	44.90%	(130.26)	(36.87%)
กำไรขั้นต้น	43.16	38.37%	102.22	53.57%	(59.06)	(57.78%)	30.62	43.49%	12.54	40.96%	164.62	42.47%	416.02	54.08%	(251.40)	(60.43%)
รายได้อื่น	4.81	4.10%	3.27	1.69%	1.54	47.00%	4.97	6.59%	(0.15)	(3.12%)	24.19	5.87%	17.54	2.23%	6.65	37.92%
รวมรายได้	117.30	100.00%	194.10	100.00%	(76.81)	(39.57%)	75.37	100.00%	41.93	55.63%	411.82	100.00%	786.83	100.00%	(375.01)	(47.66%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	35.18	30.00%	75.83	39.07%	(40.65)	(53.60%)	35.97	47.72%	(0.79)	(2.18%)	177.41	43.08%	393.05	49.95%	(215.64)	(54.86%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	21.80	18.58%	31.48	16.22%	(9.68)	(30.74%)	25.64	34.01%	(3.84)	(14.97%)	105.77	25.68%	160.44	20.39%	(54.67)	(34.08%)
กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	(9.01)	(7.68%)	(1.81)	(0.93%)	(7.20)	(397.04%)	(26.02)	(34.53%)	17.01	65.36%	(94.37)	(22.92%)	(119.93)	(15.24%)	25.56	21.31%
ต้นทุนทางการเงิน	1.63	1.39%	2.09	1.07%	(0.45)	(21.64%)	1.60	2.12%	0.04	2.41%	6.66	1.62%	10.91	1.39%	(4.25)	(38.93%)
ภาษีเงินได้	(2.21)	(1.88%)	(22.81)	(11.75%)	20.60	90.32%	(5.60)	(7.43%)	3.39	60.57%	(20.27)	(4.92%)	(25.96)	(3.30%)	5.69	21.92%
กำไรสำหรับงวด	(8.44)	(7.20%)	18.91	9.74%	(27.35)	(144.63%)	(22.02)	(29.21%)	13.58	61.67%	(80.77)	(19.61%)	(104.88)	(13.33%)	24.11	22.99%
กำไรขาดทุนจากประมาณการผลประโยชน์พนักงาน(สุทธิ)	6.47	5.52%	3.46	1.79%	3.01	86.84%	-	0.00%	6.47	100.00%	6.47	1.57%	3.46	0.44%	3.01	86.84%
กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด	(1.97)	(1.68%)	22.38	11.53%	(24.34)	(108.79%)	(22.02)	(29.21%)	20.05	91.07%	(74.29)	(18.04%)	(101.42)	(12.89%)	27.12	26.74%
EBITDA	(3.43)	(2.93%)	6.27	3.23%	(9.70)	(154.72%)	(20.20)	(26.80%)	16.77	83.01%	(69.83)	(16.96%)	(79.58)	(10.11%)	9.75	12.25%

หมายเหตุ: 1. เปรียบเทียบกำไรขั้นต้น ค่ารวมเปรียบเทียบยอดขายรายได้จากการขาย

### รายได้รวม

รายได้รวม ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 117.30 ล้านบาท ลดลง 39.57% จากไตรมาส 4 ปี 2563 และเพิ่มขึ้น 55.63% จากไตรมาส 3 ปี 2564 และปี 2564 เท่ากับ 411.82 ล้านบาท ลดลง 47.66% จาก ปี 2563 โดยสัดส่วนรายได้ ปี 2564 นี้ มีสัดส่วนรายได้จากร้านค้าปลีก 40.50% ต่างประเทศ เท่ากับ 38.78% อเมริกา 10.89% โมเดิร์นเทรด 4.01% เจนอรัลเทรด 2.33% และอื่นๆ 3.48% อนึ่ง การขายไปตลาดต่างประเทศบริษัทขายสินค้าในลักษณะค้าส่ง และสำหรับ Same Store Sales Growth (SSSG) ปี 2564 เท่ากับ -4.90%

รายได้ของบริษัทที่ลดลงหลักๆ เป็นผลกระทบมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่แพร่ระบาดทั่วโลกต่อเนื่องมา ยาวนานกว่า 2 ปี ทำให้สภาพเศรษฐกิจโลกชะลอตัวลงอย่างมาก รวมถึงประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบด้วย โดยเฉพาะช่วงที่มีการระบาดในระลอกที่ 3 และ 4 ที่ค่อนข้างมีความรุนแรงกว่ารอบก่อนๆ จนรัฐบาลออกมาประกาศล็อกดาวน์ใน 29 จังหวัด ในช่วงไตรมาสที่ 3 ทำให้ร้านค้าปลีกต้องปิดร้านไป ถึง 31 สาขา นอกจากนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ยังส่งผลกระทบในเรื่องของความคล่องตัวในการติดต่อประสานงาน การเจรจาทางการค้าที่ลดลงด้วย ประกอบกับผู้บริโภคโลกมีกำลังซื้อลดลง และค่าครองชีพที่สูงขึ้น ผู้บริโภคจึงระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น แม้ว่าที่

ผ่านมารัฐบาลจะออกมาตรการช่วยเหลือในหลากหลายมิติเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจก็ตาม แต่คาดว่าจะมีสัญญาณที่ดีขึ้นจากแนวโน้มยอดขายไตรมาส 4 ที่ปรับตัวดีขึ้น ในลักษณะค่อยๆฟื้นตัว จากนโยบายการเปิดประเทศ รับนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกำลังซื้อตามประกาศของรัฐบาล ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคยังคงรักสวยรักงามอยู่

สำหรับตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะตลาดจีน ปัจจุบันกลุ่มลูกค้าเปลี่ยนพฤติกรรมซื้อสินค้าออนไลน์ที่เป็นสินค้าจีนมากขึ้น ตามนโยบายของรัฐบาลจีนส่งเสริมให้คนใช้สินค้าแบรนด์จีน และเพิ่มงวดการนำเข้าสินค้าต่างประเทศเข้ามาขายมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อการทำงานของต่างประเทศ ทำให้ความนิยมในสินค้าต่างประเทศลดลง ตัวแทนจำหน่ายของบริษัทจึงต้องกลับมาทำการตลาดใหม่อีกครั้ง สำหรับแนวโน้มตลาดต่างประเทศ บริษัทได้มีการพัฒนาโมเดลการขายในต่างประเทศใหม่ “Product License” เพื่อความสะดวกในการพัฒนาสินค้าใหม่ และการบริหารจัดการในประเทศจีน คาดว่าในปี 2565 มีโอกาสเติบโตมากขึ้น เนื่องจากสามารถออกสินค้าได้รวดเร็ว ลดขั้นตอน ค่าใช้จ่ายในการนำเข้า-ส่งออก และตรงความต้องการของกลุ่มลูกค้า

ทั้งนี้บริษัทยังคงติดตามสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างใกล้ชิด เพื่อรับมือกับวิกฤตดังกล่าว โดยบริษัทได้ปรับกลยุทธ์เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ โดยเน้นการเติบโตอย่างยั่งยืน ใน 3 ด้านหลัก ประกอบด้วย 1.พัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ (Re Model) 2. ปรับภาพลักษณ์แบรนด์ (Refresh Branding) 3.ปรับโครงสร้างบริหารจัดการ เพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ (Re Structuring) โดยมุ่งเน้นขยายช่องทางจำหน่ายที่มีโอกาสขยายตัวสามารถเข้าถึงฐานลูกค้าได้กว้างขึ้น ไม่จำกัดเฉพาะการเปิดสาขาร้านค้าปลีก การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์แบรนด์ให้มีความทันสมัย และเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม ซึ่งในช่วงต่อจากนี้บริษัทจะมีการสื่อสารการตลาดด้วยภาพลักษณ์ใหม่ออกมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยกลยุทธ์แบบ O2O เดิมรูปแบบ และพรีเซนเตอร์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มสัดส่วนรายได้จากฐานลูกค้าในประเทศ และสามารถสร้างตลาดที่ครอบคลุมในระยะยาว คาดว่าหากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เริ่มปรับตัวดีขึ้น โครงสร้างธุรกิจใหม่ของบริษัทจะส่งผลดีต่อการดำเนินงานทั้งในแง่การจำหน่าย การบริหารจัดการ และลดต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งจะส่งผลประกอบการของบริษัทปรับตัวกลับมามีกำไร

### กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้น ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 43.16 ล้านบาท ลดลง 57.78% จากไตรมาส 4 ปี 2563 และเพิ่มขึ้น 40.96% จากไตรมาส 3 ปี 2564 และปี 2564 เท่ากับ 164.62 ล้านบาท ลดลง 60.43% จากปี 2563

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 38.37% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 4 ปี 2563 (53.57%) และต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นของไตรมาส 3 ปี 2564 (43.49%) และอัตรากำไรขั้นต้นปี 2564 เท่ากับ 42.47% ต่ำกว่าอัตรากำไรขั้นต้นปี 2563 (54.08%)

สำหรับอัตรากำไรขั้นต้นลดลง หลักๆเกิดจาก การทำโปรโมชันที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อกระตุ้นยอดขาย และเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆในกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอางที่มีสถานะการแข่งขันที่รุนแรง รวมถึงทำ Promotion clearance sales ด้วย นอกจากนี้ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จึงเกิดการชะลอตัวของยอดขายทำให้สินค้าบางส่วนระบายออกช้าและหมดอายุ บริษัทต้องตั้งค่าเผื่อสินค้าเสื่อมสภาพ (Stock Provision) เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าที่จะถูกส่งออกไปจำหน่าย หากไม่นับรวม Stock Provision อัตรากำไรขั้นต้น ในปี 2564 จะอยู่ในระดับปกติ ที่ 54.19%

### ค่าใช้จ่ายในการขาย

ค่าใช้จ่ายในการขาย ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 35.15 ล้านบาท ลดลง 53.60% จากไตรมาส 4 ปี 2563 และลดลง 2.18% จากไตรมาส 3 ปี 2564 และค่าใช้จ่ายในการขายปี 2564 เท่ากับ 177.41 ล้านบาท ลดลง 54.86% จากปี 2563 ค่าใช้จ่ายในการขายที่ลดลงหลักๆ เป็นผลมาจากการปรับกลยุทธ์และแผนดำเนินงานของบริษัท ที่มุ่งเน้นบริหารจัดการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามโครงการประหยัดค่าใช้จ่าย (Cost saving program) มาอย่างต่อเนื่อง เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการโฆษณาและส่งเสริมการขาย ค่าใช้จ่ายที่มีลักษณะคงที่ต่างๆ ด้วยการปิดสาขาที่ไม่มีศักยภาพในการทำกำไร เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้

### ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ 21.80 ล้านบาท ลดลง 30.74% จากไตรมาส 4 ปี 2563 และลดลง 14.97% จากไตรมาส 3 ปี 2564 และปี 2564 เท่ากับ 105.77 ล้านบาท ลดลง 34.08% จากปี 2563 ค่าใช้จ่ายในการบริหารที่ลดลงจากงวดเดียวกันของปีที่ผ่านมา เกิดจากบริษัทมีการควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆไม่ให้สูงเกินไปตามโครงการประหยัดค่าใช้จ่าย (Cost saving program) เพื่อที่จะควบคุมค่าใช้จ่ายที่สามารถควบคุมได้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมถึงมีการปรับลดขนาดองค์กรให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจและตามสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน

### กำไร(ขาดทุน)สุทธิ

กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวด ไตรมาส 4 ปี 2564 เท่ากับ (8.44) ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้น 144.63% จากไตรมาส 4 ปี 2563 และขาดทุนลดลง 61.67% จากไตรมาส 3 ปี 2564 และปี 2564 เท่ากับ (80.77) ล้านบาท ขาดทุนลดลง 22.99% จากปี 2563 กำไร (ขาดทุน) สำหรับงวดลดลง หลักๆ มาจากการที่กิจการปรับโครงสร้างธุรกิจ ลดต้นทุน ควบคุมค่าใช้จ่าย อย่างต่อเนื่อง

### ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดโครงสร้างธุรกิจ

จากสถานการณ์ดังกล่าวบริษัทเล็งเห็นผลกระทบในระยะยาวจึงมีมาตรการลดความเสี่ยงในอนาคต บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์เพื่อปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความคล่องตัว เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และลดภาระค่าใช้จ่ายในอนาคต ซึ่งส่งผลให้ในปี 2564 บริษัทเกิดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการปรับโครงสร้างธุรกิจซึ่งเป็นการจ่ายครั้งเดียวที่ไม่เกิดขึ้นเป็นประจำ (Non-routine expenses) จำนวน 21.49 ล้านบาท อาทิ ค่าใช้จ่ายจากการตัดจำหน่ายและด้อยค่าสินทรัพย์ของสาขาคาแฟแนวทางการปิดสาขาที่ไม่มีศักยภาพในการทำกำไร ค่าชดเชยจากการปรับฐานกำลังคนและลดค่าใช้จ่ายของบุคลากรที่เกิดจากโครงการสมัครใจลาออก เป็นต้น

### งบแสดงฐานะการเงิน

สินทรัพย์รวม ณ 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 974.10 ล้านบาท ลดลง 108.15 ล้านบาท หรือ 9.99% จาก 31 ธันวาคม 2563 โดยมีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเท่ากับ 57.98 ล้านบาท, เงินลงทุนชั่วคราว 370.12 ล้านบาท (เงินลงทุนชั่วคราว หมายถึง เงินฝากระยะสั้นกับสถาบันการเงินครบกำหนดภายในระยะเวลาที่เกิน 3 เดือนแต่ไม่เกิน 1 ปี) ส่วนยอดลูกหนี้เท่ากับ 35.39 ล้านบาท ซึ่งไม่มีลูกหนี้ที่ผิดชำระหนี้, สินค้าคงเหลือสุทธิ 138.25 ล้านบาท, ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ 145.39 ล้านบาท

ส่วนหนี้สินรวม เท่ากับ 200.49 ล้านบาท ลดลง 33.86 ล้านบาท หรือ 14.45% จาก 31 ธันวาคม 2563 หนี้สินหลักๆ ได้แก่ หนี้สินตามสัญญาเช่า เท่ากับ 115.42 ล้านบาท (ปรับปรุงตามมาตรฐาน TFRS16 เรื่อง สัญญาเช่า) ซึ่งเป็นส่วนของหนี้สินตามสัญญาเช่าที่ถึงกำหนดชำระภายใน 1 ปี เท่ากับ 45.47 ล้านบาท, เจ้าหนี้การค้า เท่ากับ 38.90 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายค้างจ่าย เท่ากับ 24.47 ล้านบาท สำหรับส่วนของผู้ออกหุ้นมียอดเท่ากับ 773.61 ล้านบาท ลดลง 74.29 ล้านบาท หรือ 8.76% จาก 31 ธันวาคม 2563

### งบกระแสเงินสด

บริษัทมีกระแสเงินสดสุทธิ สำหรับปี สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2564 ได้มาจากกิจกรรมดำเนินงาน จำนวน 76.67 ล้านบาท ใช้จ่ายจากกิจกรรมลงทุน 130.02 ล้านบาท ส่งผลให้เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด วันสิ้นสุด 31 ธันวาคม 2564 เท่ากับ 57.98 ล้านบาท

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	31/12/2564	31/12/2563	31/12/2562	31/12/2561	31/12/2560	31/12/2559
อัตราส่วนสภาพคล่อง	5.12	4.30	4.38	3.49	3.04	3.17
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าสำเร็จรูป	204	217	168	116	89	110
อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า(ทั้งหมด)	280	287	215	150	118	143
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	-9.96%	-10.90%	19.12%	64.78%	81.27%	53.15%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	-7.86%	-8.75%	15.04%	48.23%	60.17%	40.45%
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	0.26	0.28	0.22	0.31	0.37	0.33

ขอแสดงความนับถือ  
บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน)

-----  
(นางสาวเนตรนภา แซ่ลิ้ม)  
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน