

BEAUTY ยังสวย เผยผลประกอบการงวด 9 เดือน รายได้รวม 2,844.12 ล้านบาท โต 7.8 %

BEAUTY ยังสวย เผยผลประกอบการงวด 9 เดือน รายได้รวม 2,844.12 ล้านบาท โต 7.8 % กำไรสุทธิ 867.75 ล้านบาท โต 5.7 % และ Q3/61 รายได้รวม 1,081.65 ล้านบาท โต 26.1% กำไรสุทธิ 328.99 ล้านบาท โต 28.3% จากไตรมาส 2/61 มองโค้งสุดท้าย Q4/61 เติบโตต่อเนื่อง รับผิดชอบต่อรับอานิสงส์ไฮซีซั่นธุรกิจเครื่องสำอาง และการที่รัฐออกนโยบายกระตุ้นยอดนักท่องเที่ยวจีน เดินหน้าเพิ่มช่องทางจำหน่าย Cross Border E-Commerce เตรียมเข้าจำหน่ายเพิ่ม 4 แพลตฟอร์ม ดันยอดขายต่างประเทศ เจาะตลาดออนไลน์จีน มั่นใจยอดขายทั้งปีเติบโตตามเป้า

นายแพทย์สุวิน ไกรภูเบศ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บิวตี้ คอมมูนิตี้ จำกัด (มหาชน) (BEAUTY) ผู้ดำเนินธุรกิจจำหน่ายปลีกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและบำรุงผิวเปิดเผยว่า ผลประกอบการ งวด 9 เดือน ปี 61 มีรายได้รวม 2,844.12 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 204.66 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 7.8 % จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้ 2,639.46 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิ 867.75 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 46.72 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 5.7 % จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิ 821.03 ล้านบาท

ทั้งนี้ผลประกอบการงวด 9 เดือน ยังคงเติบโตต่อเนื่อง จากการที่ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมจากลูกค้าทั้งคนไทยและต่างชาติ มีการพัฒนาสินค้าคอลเลกชันใหม่ออกจำหน่าย ประกอบกับบริษัทได้มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทุกช่องทาง จึงส่งผลให้ยอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะช่องทางต่างประเทศ ในส่วนของ Cross Border E-Commerce มียอดขายปรับตัวเพิ่มขึ้น 150 % ขณะที่ยอดขายต่อสาขาเดิม (Same Store Sales Growth) มีอัตราการเติบโตลดลง 0.50 % เนื่องจากมียอดซื้อจากกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวลดลง

ขณะที่ผลประกอบการไตรมาส 3/2561 บริษัทมีรายได้รวมอยู่ที่ 1,081.65 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 26.1%เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/61 และเพิ่มขึ้น 1.6% ไกล่เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้รวมอยู่ที่ 1,064.55 ล้านบาท มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 328.99 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.3% เมื่อเทียบกับไตรมาส 2/61 และลดลงเล็กน้อย 5.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนที่มีกำไร 348.20 ล้านบาท เนื่องจากได้รับผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวจีนลดลง

สำหรับแนวโน้มธุรกิจในช่วงไตรมาส 4 ปีนี้ เชื่อว่าจะสามารถสร้างการเติบโตต่อเนื่อง เนื่องจากเข้าสู่ช่วงไฮซีซั่นของธุรกิจ อีกทั้งยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐในการกระตุ้นยอดนักท่องเที่ยวจีนให้กลับมาคึกคักในช่วงเดือน ธ.ค. 61 ซึ่งบริษัทจะเดินหน้าทำการตลาดอย่างเต็มรูปแบบ ทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อเข้าถึงลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงขยายช่องทางด้านสินค้าคอนซูเมอร์ในช่องทางโมเดิร์นเทรด เพิ่มขึ้น ออกไปโรมันต่างๆจัดกิจกรรมกับลูกค้าสมาชิก เพื่อกระตุ้นยอดขาย

นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นการเร่งยอดขายในตลาดต่างประเทศให้เติบโตสูงขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ขยายช่องทางการจำหน่ายทาง Cross-border e-commerce ซึ่งจะเตรียมเข้าจำหน่ายเพิ่ม 4 แพลตฟอร์ม ในไตรมาส 4/61 จากเดิมมีจำหน่ายในช่องทางดังกล่าวอยู่แล้ว 5 แพลตฟอร์ม ประกอบด้วย TMALL KAOLA VIP YUNJI และ JD ปัจจุบันบริษัทได้รับการจดทะเบียน CFDA จำนวน 4 รายการสินค้าเรียบร้อยแล้วเพื่อเตรียมความพร้อมในการขยายตลาดในประเทศจีน โดยทั้งนี้มั่นใจว่ารายได้รวมปี 2561 จะเติบโตตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ปัจจุบันบริษัทมีจำนวนสาขาในประเทศทั้งสิ้น 347 สาขา แบ่งเป็น BEAUTY BUFFET 264 สาขา BEAUTY COTTAGE 76 สาขา BEAUTY MARKET 7 สาขา อีกทั้งยังมีจุดขาย ณ คิง พาวเวอร์ 8 สาขา 22 จุดจำหน่าย และวางจำหน่ายสินค้าผ่านร้าน 7-ELEVEN จำนวน 650 สาขา

ส่วนตลาดต่างประเทศ ปัจจุบันจำนวนสาขาที่เป็น Shop License มีทั้งสิ้น 12 สาขา ส่วนสาขาที่เป็นรูปแบบ Product distributor มีอยู่ใน 4 ประเทศ รวม 131 จุดจำหน่าย ประกอบด้วย ฮองกง 95 จุดจำหน่าย และเริ่มมีการวางจำหน่ายในร้าน SASA เต็มทุกสาขา อินโดนีเซีย 15 จุดจำหน่าย ใต้หวัน 19 จุดจำหน่าย และมาเลเซีย 2 จุดจำหน่าย ในรูปแบบ Counter Sales จำนวน 2 ประเทศ 13 จุดจำหน่าย ประกอบด้วยพม่า 8 จุดจำหน่าย และลาว 5 จุดจำหน่าย ซึ่งทุกแห่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี