

DKSH รายงานผลประกอบการปี 2564 ที่แข็งแกร่ง ด้วยการดำเนินตามกลยุทธ์อย่างมีวินัย

- ยอดขายสุทธิเพิ่มขึ้น 5.4%
- EBIT เติบโตขึ้น 10.5% ถึง 284.6 ล้านสวิสฟรังก์
- กำไรหลังหักภาษีสูงขึ้น 39.6% เมื่อเทียบกับปี 2563
- กระแสเงินสดเติบโตกว่า 24.5% ถึง 261.6 ล้าน
- สอดคล้องกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลแบบก้าวหน้า ปันผลสูงขึ้น 5.1% ที่ 2.05 สวิสฟรังก์ ต่อหุ้น

ประเภท (ล้าน สวิสฟรังก์)	2021	2020	Δ in % CHF	Δ in % CER ¹
ยอดขายสุทธิ	11,106.3	10,742.2	3.4%	5.4%
Core Operating Profit (EBIT)	283.4	257.5	10.1%	12.5%
Operating Profit (EBIT)	284.6	257.5	10.5%	13.0%
กำไรหลังหักภาษี	230.1	164.8	39.6%	43.1%
กระแสเงินสด	261.6	210.2	24.5%	-
RONOC (เป็น %)	19.8	18.1	-	-
เงินปันผล (สกุลเงินสวิสฟรังก์)	2.05 ⁴	1.95	5.1%	-

¹ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ (CER): ตัวเลขปี 2564 แปลงจากอัตราแลกเปลี่ยนของปี 2563

² ไม่รวมกำไรจากการขายผ่าน aCommerce (10.3 ล้าน สวิสฟรังก์) และ non-recurring share of loss in associate (9.1 ล้าน สวิสฟรังก์)

³ รวมกำไรจากการประเมินค่าใหม่ของ aCommerce (2564: 34.8 ล้านสวิสฟรังก์; 2563: 9.6 ล้านสวิสฟรังก์) หากไม่รวมรายการเหล่านี้ กำไรหลังหักภาษี เติบโต 25.1% เป็น 194.1 ล้านสวิสฟรังก์

⁴ ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการบริษัท

กรุงเทพมหานคร วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2565 - บริษัท DKSH นำเสนอผลประกอบการปี 2564 ที่แข็งแกร่ง โดยมียอดขายสุทธิเพิ่มขึ้น 5.4% จากอัตราแลกเปลี่ยนคงที่ พร้อมด้วย EBIT และกระแสเงินสดที่เพิ่มขึ้นแบบสองหลัก หน่วยธุรกิจวัตถุดิบอุตสาหกรรมยังคงสร้างสถิติการเติบโต ส่วนหน่วยธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคมี EBIT ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่สาม

นาย Stefan P. Butz ซีอีโอ ของ DKSH กล่าวว่า " เนื่องจากสภาพแวดล้อมของตลาดที่มีความท้าทาย รวมถึงการล็อกดาวน์ที่เกิดขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 3 ผมรู้สึกพึงพอใจกับผลประกอบการปี 2564 ของเราที่มี EBIT ที่เติบโตแบบสองหลักและการสร้างกระแสเงินสดที่ยังคงแข็งแกร่ง เรายังคงเป็นคู่ค้าที่เชื่อถือได้สำหรับผู้ร่วมงานกับเรา อีกทั้งยังสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่จำเป็นได้อย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือต่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทั่วโลก นอกจากนี้ เรายังได้เข้าซื้อ 7 กิจการ และเพิ่มยอดขายอีคอมเมิร์ซได้แบบสองหลัก แม้ว่าการคาดคะเนถึงปัจจัยภายนอกจะยังคงมีข้อจำกัด แต่เรามั่นใจว่าจะยังสามารถเสริมสร้างบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้นได้ด้วยการเติบโตของ EBIT ในปี 2565 ต่อไป"

DKSH Group

ยอดขายสุทธิของเครือ DKSH เติบโตขึ้น 3.4% เป็น 11.1 พันล้านสวิสฟรังก์ในปี 2564 ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตแบบ Organic เป็นส่วนใหญ่ถึง 4.6% ในขณะที่การซื้อกิจการช่วยเพิ่มสัดส่วน 0.8% และอัตราแลกเปลี่ยนเป็นสัดส่วน -2.0%

EBIT สูงถึง 284.6 ล้านสวิสฟรังก์ ซึ่งสูงกว่าปี 2563 ถึง 10.5% ในขณะที่อัตรากำไรจากการดำเนินงาน EBIT สูง 2.6% เทียบกับ 2.4% ในปี 2563 โดย EBIT ได้รวมถึงกำไรจากการขายผ่าน aCommerce (10.3 ล้านสวิสฟรังก์) และส่วนแบ่งการขาดทุน non-recurring share of loss to associate (-9.1 ล้านสวิสฟรังก์) กำไรหลังหักภาษีอยู่ที่ 230.1 ล้านสวิสฟรังก์ สูงขึ้นจาก 164.8 ล้านสวิสฟรังก์ ในปี 2563 โดยในปี 2564 กำไรหลังหักภาษีรวมถึงกำไรจากการประเมินค่าใหม่ของ aCommerce จำนวน 34.8 ล้านสวิสฟรังก์ นอกเหนือไปจากผลกระทบที่เกิดขึ้นครั้งเดียวตามที่ได้กล่าวไปในข้างต้น

ส่วนกระแสเงินสดได้พุ่งสูงถึง 261.6 ล้านสวิสฟรังก์ เมื่อเทียบกับ 210.2 ล้านสวิสฟรังก์ในปี 2563 เนื่องจากการเติบโตของ EBIT ที่แข็งแกร่ง รวมไปถึงการเพิ่มประสิทธิภาพเงินทุนหมุนเวียน

หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพได้ส่งมอบผลประกอบการที่น่าหนึ่ระดับในปีที่แล้ว ด้วยการเร่งสมรรถภาพในช่วงครึ่งหลังของปี แม้อุตสาหกรรมด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในเอเชียจะได้รับผลกระทบจากโควิด-19 และการล็อกดาวน์ในไตรมาสที่ 3 รวมถึงสถานการณ์ในประเทศเมียนมาร์

แต่ DKSH ยังคงสามารถขยายบริการด้านเอชเอชอาร์ รวมถึงการพัฒนาธุรกิจ และความสำเร็จในการปิดดีลการเข้าซื้อกิจการของ MedWorkz (สิงคโปร์) และ Hahn Healthcare (ออสเตรเลีย) ที่สำคัญ DKSH ได้ส่งมอบวัคซีนและอุปกรณ์ชุดตรวจในหลายประเทศของภูมิภาคเอเชีย

หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ (ล้านสวิสฟรังก์) 2021 2020 Δ in % CHF Δ in % CER¹

ยอดขายสุทธิ	5,586.3	5,424.1	3.0%	5.3%
กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)	130.9	129.8	0.8%	5.2%

¹ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ (CER): ตัวเลขปี 2564 ที่แปลงจากอัตราแลกเปลี่ยนของปี 2563

หน่วยธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค

หน่วยธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคสามารถเพิ่มการทำกำไรได้ดีขึ้นอย่างมาก โดยอัตรากำไร EBIT สูงถึง 2.2% อีกครั้ง การเปลี่ยนแปลงของภาคส่วนธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค (Fast Moving Consumer Goods) นั้นเป็นไปตามเป้าหมาย โดย EBIT ได้เพิ่มขึ้นแบบสองหลักติดต่อกันเป็นปีที่สาม ซึ่งเป็นผลมาจากโครงสร้างที่ลดขั้นตอนลงและคล่องตัวมากขึ้น การจัดและคัดสรรพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และการดำเนินกลยุทธ์ที่สอดคล้องกันในตลาดต่างๆ พร้อมกันนี้ แบรินด์นาฬิกาสวิสอย่าง Maurice Lacroix ยังสามารถปรับปรุงผลประกอบการให้ดียิ่งขึ้นด้วย

หน่วยธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค (ล้านสวิสฟรังก์) 2021 2020 Δ in % CHF Δ in % CER¹

ยอดขายสุทธิ	3,808.3	3,827.6	(0.5%)	1.8%
กำไรจากการดำเนินงาน (EBIT)	84.0	64.6	30.0%	30.2%

¹ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ (CER): ตัวเลขปี 2564 ที่แปลงที่อัตราแลกเปลี่ยนของปี 2563

² รวมกำไรจากการขายผ่าน aCommerce (10.3 ล้าน สวิสฟรังก์) และส่วนแบ่งขาดทุนที่ไม่เกิดขึ้นประจำในบริษัทร่วม (-9.1 ล้าน สวิสฟรังก์)

หน่วยธุรกิจวัตถุดิบอุตสาหกรรม

หน่วยธุรกิจวัตถุดิบอุตสาหกรรมรายงานยอดขายและ EBIT ที่เติบโตแบบสองหลัก โดยความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคที่แข็งแกร่ง บริการที่เพิ่มคุณค่า การครอบคลุมตลาดอย่างกว้างขวาง และการมุ่งเน้นการตลาดเชิงดิจิทัล ได้ช่วยให้หน่วยธุรกิจฯ สามารถก้าวข้ามข้อจำกัดด้านห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้ ธุรกิจอุตสาหกรรมได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่วนธุรกิจวิทยาศาสตร์ชีวภาพ (อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ความงาม และเภสัชกรรม) มีผลประกอบการที่ดีในตลาดหลักๆ นอกจากนี้ DKSH ยังปิดดีลการเข้าซื้อกิจการของ SACOA (ออสเตรเลีย) และ HTBA (สเปน) และได้ลงนามซื้อกิจการของ Right Base Chemicals (จีน) ซึ่งเป็นก้าวต่อไปในการรวบรวมอุตสาหกรรมการจัดจำหน่ายเคมีภัณฑ์เฉพาะทางในเอเชียแปซิฟิกและยุโรป โดยโมเดลธุรกิจที่ขยายตัวเร็ว การพัฒนาธุรกิจที่แข็งแกร่ง และศักยภาพในการควบรวมธุรกิจเป็นปัจจัยในการสร้างโอกาสเติบโตในอนาคต

หน่วยธุรกิจวัตถุดิบอุตสาหกรรม (ล้านสวิสฟรังก์)	2021	2020	Δ in % CHF	Δ in % CER ¹
ยอดขายสุทธิ	1,281.4	1,108.0	15.6%	15.9%
อัตรากำไรดำเนินงาน (EBIT)	115.4	91.7	25.8%	27.3%

¹ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ (CER): ตัวเลขปี 2564 ที่แปลงที่อัตราแลกเปลี่ยนของปี 2563

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยี

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยีมียอดขายที่เติบโตจากการดำเนินธุรกิจ และผ่านการเข้าซื้อกิจการของ Bosung ในเกาหลีใต้ ซึ่ง EBIT ที่ 21.1 ล้านสวิสฟรังก์ยังคงตามหลังตัวเลข EBIT ปีที่แล้วเล็กน้อย เนื่องจากข้อจำกัดในการดำเนินงานในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของ Product Mix โดยหน่วยธุรกิจฯ อยู่ระหว่างการดำเนินตามแผนกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นและการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

หน่วยธุรกิจเทคโนโลยี (ล้านสวิสฟรังก์)	2021	2020	Δ in % CHF	Δ in % CER ¹
ยอดขายสุทธิ	430.3	382.5	12.5%	13.3%
อัตรากำไรดำเนินงาน (EBIT)	21.1	21.8	(3.2%)	(2.8%)

¹ อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ (CER): ตัวเลขปี 2564 ที่แปลงที่อัตราแลกเปลี่ยนของปี 2563

การคาดการณ์อนาคต

DKSH คาดว่า EBIT จะเติบโตในปี 2565 โดยสมมติฐานนี้ตั้งอยู่บนการคาดคะเนการเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชียแปซิฟิก อัตราแลกเปลี่ยนในระดับปัจจุบัน และยกเว้นเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ซึ่งโมเดลธุรกิจที่แข็งแกร่ง ส่วนแบ่งทางตลาดขนาดใหญ่ของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค และงบดุลที่แข็งแกร่งจะให้ความยืดหยุ่นและสร้างโอกาสในการเติบโต โดยกลุ่ม DKSH จะยังคงพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ผ่านการดำเนินตามกลยุทธ์อย่างเคร่งครัด การปรับใช้ระบบดิจิทัล การมุ่งเน้นความยั่งยืน และการควบรวมกิจการ (M&As) ควบคู่ไปกับการมุ่งเน้นความเป็นเลิศในการดำเนินงานและวินัยในการบริหารต้นทุน DKSH มั่นใจในศักยภาพระยะยาวของเศรษฐกิจเอเชีย และบริษัทฯ อยู่ในตำแหน่งที่ดีที่จะได้รับประโยชน์จากตลาด อุตสาหกรรม และแนวโน้มการรวมธุรกิจต่างๆ ที่มีศักยภาพสูง

เกี่ยวกับ DKSH

DKSH มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การเพิ่มคุณค่าให้แก่ชีวิตผู้คน เราได้ส่งมอบความเติบโตทางธุรกิจให้แก่บริษัทต่างๆ ทั่วภูมิภาคเอเชียและภูมิภาคอื่นของโลก มากกว่า 150 ปี ผ่านการดำเนินงานภายใต้หน่วยธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ หน่วยธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค หน่วยธุรกิจวัตถุดิบ อุตสาหกรรม และหน่วยธุรกิจเทคโนโลยี ในฐานะผู้นำในการให้บริการด้านการขยายตลาด DKSH ให้บริการด้านการจัดหาวัตถุดิบ ข้อมูลการตลาด การตลาดและการขาย การดำเนินธุรกิจ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การกระจายสินค้าและการจัดส่ง รวมถึงบริการหลังการขาย บริษัทฯ ได้จดทะเบียนใน SIX Swiss Exchange ดำเนินธุรกิจอยู่ใน 36 ประเทศ มีพนักงานผู้เชี่ยวชาญ 33,100 คน มียอดขายสุทธิในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 11.1 พันล้านฟรังก์สวิส www.dksh.com

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ

บริษัท DKSH (ประเทศไทย) จำกัด

พลอยกะรัต นานา

ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร

โทร. 02 301 7325

ploycarat.n@dksh.com