

NEWS RELEASE

8 พฤษภาคม 2563

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประจำไตรมาสที่ 1 ปี 2563 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 มีนาคม 2563 ดังนี้

		ไตรมาส 1 ปี 2563	ไตรมาส 4 ปี 2562	ไตรมาส 1 ปี 2562	เทียบกับ ไตรมาสก่อน	เทียบกับ ปีก่อน
จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร						
ประเทศไทย	(สาขา)	134	134	129	-	5
ต่างประเทศ ⁽¹⁾	(สาขา)	7	7	6	-	1
รวม ⁽¹⁾	(สาขา)	141	141	135	-	6
งบการเงินรวม						
รายได้จากการขาย	(ล้านบาท)	55,159	54,630	50,682	1.0%	8.8%
รายได้รวม	(ล้านบาท)	56,308	55,833	51,799	0.9%	8.7%
กำไรขั้นต้น	(ล้านบาท)	5,547	6,045	5,010	(8.2%)	10.7%
อัตรากำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	10.1	11.1	9.9		
EBITDA ⁽²⁾	(ล้านบาท)	3,160	3,398	2,647	(7.0%)	19.4%
กำไรสุทธิ	(ล้านบาท)	1,681	2,059	1,519	(18.4%)	10.7%
กำไรสุทธิต่อหุ้น	(บาท)	0.35	0.43	0.32	(18.4%)	10.7%

หมายเหตุ:

⁽¹⁾ รวมร้านอาหาร/ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในกลุ่มธุรกิจฟู้ด เซอร์วิส 1 ร้านค้า

⁽²⁾ กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าตัดจำหน่าย ซึ่งรวมค่าเสื่อมราคาตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 16 เรื่องสัญญาเช่า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563

รายได้

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวมเป็นจำนวน 55,159 ล้านบาท เติบโตในอัตราร้อยละ 8.8 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน เป็นผลหลักจากการเปิดสาขาใหม่ทั้งในและต่างประเทศรวม 6 สาขาในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจแม็คโครในประเทศไทยจากการพัฒนารูปแบบสาขาและผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ควบคู่ไปกับการยกระดับการให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย O2O

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อยอดขายของบริษัทฯ ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์จากยอดขายที่ชะลอลงในกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ความเป็นไปได้ ความวิตกกังวลของผู้บริโภคต่อมาตรการควบคุมของรัฐบาลและการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทวีความรุนแรงขึ้นทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าล่วงหน้า (panic buying) โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าอาหารในช่วงเดือนมีนาคม 2563 ซึ่งส่งผลในเชิงบวกต่อยอดขายของธุรกิจแม็คโครในประเทศไทยและต่างประเทศ

ในขณะที่กลุ่มธุรกิจ푸드 เซอร์วิส ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลในวงกว้างต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก สายการบิน โรงแรม และร้านอาหารจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศต้องปิดดำเนินการชั่วคราว ส่งผลให้ยอดขายของกลุ่มธุรกิจ푸드 เซอร์วิส ลดลงอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา

ทั้งนี้ เมื่อรวมกับรายได้ค่าบริการและรายได้อื่นรวมจำนวน 1,149 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้รวมทั้งสิ้น 56,308 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 4,509 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 8.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมทั้งสิ้น 4,413 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 7.8 โดยเพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 274 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 โดยเป็นผลจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 135 ล้านบาท เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.5 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากจำนวนสาขาใหม่ที่เพิ่มขึ้น และค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นจำนวน 139 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 12.5 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงานและการพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งรวมถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มและแม็คโครแอปพลิเคชันเพื่อรองรับการขายช่องทาง การจัดจำหน่าย O2O ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจในระยะเริ่มต้นของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และค่าใช้จ่ายพิเศษในการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจภายใต้ภาวะวิกฤติ (Business Continuity Management) เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจของบริษัทฯ สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงาน ลูกค้า สถานประกอบการ และสินค้ามีความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

กำไรสุทธิ

ในไตรมาสที่ 1 ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิ จำนวน 1,681 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10.7 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเป็นผลหลักจากผลประกอบการที่ดีขึ้นของกลุ่มธุรกิจแม่ค้าในประเทศไทยและแม่ค้าต่างประเทศ

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

แผนกประสานงานตลาดหลักทรัพย์และนักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์ 02 067 8999 ต่อ 8260/8261 โทรสาร 02 067 9043