

## NEWS RELEASE

19 กุมภาพันธ์ 2564

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และ บริษัทย่อย สำหรับปี 2563 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 ซึ่งได้รับการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทฯ แล้ว ดังนี้

	ปี 2563	ปี 2562	เทียบกับปีก่อน	ร้อยละเทียบกับปีก่อน
<b>จำนวนสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร</b>				
ประเทศไทย (สาขา)	137	134	3	
ต่างประเทศ <sup>(1)</sup> (สาขา)	8	7	1	
รวม <sup>(1)</sup> (สาขา)	145	141	4	
<b>งบการเงินรวม</b>				
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	214,140	206,180	7,960	3.9
รายได้รวม (ล้านบาท)	218,760	210,627	8,133	3.9
กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)	22,124	21,168	956	4.5
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	10.3	10.3	-	-
EBITDA <sup>(2)</sup> (ล้านบาท)	12,534	10,928	1,606	14.7
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	6,563	6,245	318	5.1
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	1.37	1.30	0.07	5.1

หมายเหตุ:

(1) รวมร้านอาหาร/ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในกลุ่มธุรกิจฟู้ด เซอร์วิส 1 ร้านค้า

(2) กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย

## ภาพรวมการดำเนินงานในปี 2563

ในปี 2563 ผลประกอบการของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะยอดขายที่มาจากกลุ่มลูกค้าหลักซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และสายการบิน (“โฮเรก้า”) ซึ่งลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากการหดตัวรุนแรงของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอันเป็นผลจากความวิตกกังวลของประชาชนและมาตรการควบคุมการเดินทางของภาครัฐ ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปลายเดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมา รวมถึงคำสั่งปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคที่ไม่จำเป็นในชีวิตประจำวันและการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการชั่วคราว เพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดที่รุนแรงในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2563

ในปี 2563 บริษัทฯ เปิดให้บริการศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่คโครในประเทศไทยรวม 3 สาขา

ประกอบด้วย แม่คโคร ฟู้ดเซอร์วิส สาขาอมตะนคร และสาขาบางคอแหลม และศูนย์จำหน่ายสินค้ารูปแบบใหม่ “เฟรชแอทแม่คโคร”(Fresh@Makro) สาขารามอินทรา กม. 4 และในปีเดียวกันนี้ บริษัทฯ ยังได้เปิดสาขาในต่างประเทศเพิ่มเติม 1 สาขา ได้แก่ ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่คโครสาขาแรก (สาขา Sat San) ที่สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2563 บริษัทฯ มีศูนย์จำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 144 สาขา

นอกจากการขยายสาขาใหม่แล้ว บริษัทฯ ยังได้พัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งยังได้พัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและซื้อสินค้าของลูกค้าเพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้แก่ระบบนิเวศออนไลน์สู่ออฟไลน์ หรือ Online to Offline Ecosystem (“O2O”) ของบริษัทฯ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

## รายได้

ในปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวมเป็นจำนวน 214,140 ล้านบาท เติบโตในอัตราร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับปี 2562 ซึ่งเป็นผลหลักจากการเปิดดำเนินการสาขาใหม่ทั้งในและต่างประเทศ รวม 4 สาขาในปี 2563 และยอดขายที่เข้ามาเต็มปีจากสาขาที่เปิดดำเนินการเมื่อปี 2562 ประกอบกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจแม่คโครประเทศไทย และแม่คโครต่างประเทศจากการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าควบคู่ไปกับการยกระดับการให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย O2O ในขณะที่กลุ่มธุรกิจฟู้ด เซอร์วิสยังคงได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างรุนแรงจากการหยุดชะงักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แม้ว่ายอดขายในครึ่งหลังของปีจะปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนจากจุดต่ำสุดในไตรมาสที่ 2 แต่ยอดขายในภาพรวมยังคงต่ำกว่าปีก่อนอย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ เมื่อรวมกับรายได้ค่าบริการ จำนวน 3,757 ล้านบาท และรายได้อื่นจำนวน 863 ล้านบาท ส่งผลให้ บริษัทฯ มีรายได้รวมทั้งสิ้น 218,760 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 8,133 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับปีก่อน

### **ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร**

ในปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวม ทั้งสิ้น 17,788 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 8.1 โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 378 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 โดยเป็นผลหลักจากค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นจำนวน 289 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6.1 จากปีก่อน ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าที่ปรึกษา และค่าใช้จ่ายในการพัฒนาธุรกิจและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และรองรับการขยายธุรกิจในอนาคต อีกทั้งในปีนี้ บริษัทฯ ยังมีค่าใช้จ่ายพิเศษในการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจภายใต้ภาวะวิกฤต (Business Continuity Management) เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจของบริษัทฯ สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงาน ลูกค้า สถานประกอบการ และสินค้ามีความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

### **กำไรสุทธิ**

ในปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิ จำนวน 6,563 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งเป็นผลหลักจากผลประกอบการที่ดีขึ้นของกลุ่มธุรกิจแม่ค้าในประเทศไทย และแม่ค้าต่างประเทศ

### **ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 4 ปี 2563**

เศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้นจากจุดต่ำสุดไตรมาสที่ 2 ตามการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และแรงสนับสนุนจากมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกใหม่ในช่วงกลางเดือนธันวาคมที่ผ่านมาครอบคลุมพื้นที่ในวงกว้างส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจชะลอตัว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับมาหยุดชะงักอีกครั้ง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของลูกค้าไฮเรก้า

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 57,074 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และมีต้นทุนขาย ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมจำนวน 54,205 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ เมื่อหัก

ต้นทุนทางการเงิน ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ และส่วนแบ่งกำไรส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม ทำให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิเท่ากับ 2,131 ล้านบาท หรือคิดเป็น 0.44 บาท ต่อหุ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

**สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่**

แผนกประสานงานตลาดหลักทรัพย์และนักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์ 02 067 8999 ต่อ 8285 โทรสาร 02 067 9044