

วันที่ 10 สิงหาคม 2563

เรื่อง ขี้แจงผลการดำเนินงานประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2563

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอขี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2563 สิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563 ซึ่งได้รับการสอบทานโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทฯ แล้ว ดังนี้

ผลการดำเนินงานรวมสำหรับงวดไตรมาสที่ 2 ปี 2563

	ไตรมาส 2 ปี 2563	ไตรมาส 1 ปี 2563	ไตรมาส 2 ปี 2562	เทียบกับ ไตรมาศก่อน	เทียบกับ ปีก่อน
จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร					
ประเทศไทย (สาขา)	136	134	129	2	7
ต่างประเทศ ⁽¹⁾ (สาขา)	8	7	6	1	2
รวม ⁽¹⁾ (สาขา)	144	141	135	3	9
งบการเงินรวม					
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	50,290	55,159	51,012	(8.8%)	(1.4%)
รายได้รวม (ล้านบาท)	51,230	56,308	52,009	(9.0%)	(1.5%)
กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)	4,840	5,547	4,832	(12.8%)	0.2%
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	9.6%	10.1%	9.5%		
EBITDA ⁽²⁾ (ล้านบาท)	2,519	3,160	2,206	(20.2%)	14.2%
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	1,179	1,681	1,184	(29.8%)	(0.4%)
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาท)	0.25	0.35	0.25	(29.8%)	(0.4%)

หมายเหตุ:

⁽¹⁾ รวมร้านอาหาร/ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในกลุ่มธุรกิจฟูด เซอร์วิส 1 ร้านค้า

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

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 ผลประกอบการของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะรายได้ที่มาจากกลุ่มลูกค้าหลักซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งหดตัวสูงจากความกังวลของประชาชนและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และสายการบิน ประกอบกับมาตรการที่เข้มงวดของภาครัฐเพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดในช่วงปลายเดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมา อาทิ การสั่งปิดกิจการและสถานที่ที่มีคนจำนวนมากเป็นการชั่วคราว การกำหนดข้อจำกัดในการเดินทาง การเว้นระยะห่างทางสังคม รวมไปถึงคำสั่งปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคที่ไม่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เป็นการชั่วคราว และการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงวันที่ 12 เมษายน ถึง 2 พฤษภาคม 2563

รายได้

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวมเป็นจำนวน 50,290 ล้านบาท ลดลงในอัตราร้อยละ 1.4 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ยอดขายของกลุ่มธุรกิจแม่คโครในประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในช่วงต้นของไตรมาสนี้ จากยอดขายที่ลดลงมากจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และผู้ให้บริการจัดเลี้ยง (“โฮเรก้า”) และมาตรการควบคุมของภาครัฐ การสั่งปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าอุปโภค การควบคุมการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการยกเลิกวันหยุดประเพณีสงกรานต์ แม้ยอดขายในครึ่งหลังของไตรมาสนี้จะปรับตัวดีขึ้นตามการผ่อนคลายมาตรการควบคุมของภาครัฐ ถึงกระนั้นก็ไม่สามารถชดเชยยอดขายที่หดตัวรุนแรงในครึ่งแรกของไตรมาสได้

เช่นเดียวกับกับกลุ่มธุรกิจฟูด เซอร์วิส ซึ่งได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากการหยุดชะงักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก ส่งผลให้สายการบิน โรงแรม และร้านอาหารจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักต้องปิดดำเนินการชั่วคราว ในขณะที่กลุ่มธุรกิจแม่คโครในต่างประเทศมียอดขายที่เติบโตอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน จากการเติบโตของยอดขายของสาขาในประเทศอินเดียและประเทศกัมพูชา รวมถึงยอดขายที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดสาขาใหม่ในประเทศจีนเมื่อเดือนกันยายน 2562 และประเทศเมียนมาที่เปิดให้บริการเมื่อเดือนเมษายน 2563

ทั้งนี้ เมื่อรวมกับรายได้ค่าบริการและรายได้อื่นซึ่งมีจำนวนรวม 940 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทฯ มีรายได้รวมทั้งสิ้น 51,230 ล้านบาท ลดลงจำนวน 779 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมทั้งสิ้น 4,151 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 8.1 โดยลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อนจำนวน 140 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 3.3 โดยเป็นผลจากต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่ลดลงเป็นจำนวน 187 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5.8 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้มของยอดขายที่ลดลงดังกล่าวข้างต้น

ในไตรมาสนี้ บริษัทฯ มีค่าใช้จ่ายในการบริหารที่เพิ่มขึ้นจำนวน 47 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.4 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายพิเศษในการบริหารจัดการความต่อเนื่องทางธุรกิจภายใต้ภาวะวิกฤต (Business Continuity Management) สืบเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อให้มั่นใจว่าธุรกิจของบริษัทฯ สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงาน ลูกค้า สถานประกอบการ และสินค้ามีความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

กำไรสุทธิ

ในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิ จำนวน 1,179 ล้านบาท ลดลงในอัตราร้อยละ 0.4 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีสาเหตุหลักจากผลขาดทุนของกลุ่มธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส

ผลการดำเนินงานรวม 6 เดือนแรกของปี 2563

หนึ่งใน 6 เดือนแรกของปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 107,538 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.6 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และมีต้นทุนขาย ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมจำนวน 103,627 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ เมื่อหักต้นทุนทางการเงิน ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ และส่วนแบ่งกำไรส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม ทำให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิเท่ากับ 2,860 ล้านบาท หรือคิดเป็น 2.8% ของรายได้รวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

		6 เดือนแรก ปี 2563	6 เดือนแรก ปี 2562	เทียบกับ ปีก่อน
จำนวนศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่คโคร				
ประเทศไทย	(สาขา)	136	129	7
ต่างประเทศ ⁽¹⁾	(สาขา)	8	6	2
รวม ⁽¹⁾	(สาขา)	144	135	9
งบการเงินรวม				
รายได้จากการขาย	(ล้านบาท)	105,449	101,694	3.7%
รายได้รวม	(ล้านบาท)	107,538	103,808	3.6%
กำไรขั้นต้น	(ล้านบาท)	10,387	9,843	5.5%
อัตรากำไรขั้นต้น	(ร้อยละ)	9.9%	9.7%	
EBITDA ⁽²⁾	(ล้านบาท)	5,680	4,853	17.0%
กำไรสุทธิ	(ล้านบาท)	2,860	2,703	5.8%
กำไรสุทธิต่อหุ้น	(บาท)	0.60	0.56	5.8%

หมายเหตุ:

⁽¹⁾ รวมร้านอาหาร/ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในกลุ่มธุรกิจฟู้ด เซอร์วิส 1 ร้านค้า

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

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท สยามแม่คโคร จำกัด (มหาชน)

(นางสาวลักษณีย์ ธิฐาพันธ์)

รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม่คโคร สายงาน Group Shared Service

แผนกประสานงานตลาดหลักทรัพย์และนักลงทุนสัมพันธ์

โทรศัพท์ 02 067 8999 ต่อ 8255/8261/8285 โทรสาร 02 067 9044