

วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2563

เรื่อง ขี้แจงผลการดำเนินงานประจำปี 2562

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอชี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย สำหรับปี 2562 สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 ซึ่งได้รับการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของบริษัทฯ แล้ว ดังนี้

	ปี 2562	ปี 2561	เทียบกับปีก่อน	ร้อยละเทียบกับปีก่อน
จำนวนสาขาศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโคร				
ประเทศไทย (สาขา)	134	129	5	
ต่างประเทศ ⁽¹⁾ (สาขา)	7	4	3	
รวม ⁽¹⁾ (สาขา)	141	133	8	
งบการเงินรวม				
รายได้จากการขาย (ล้านบาท)	206,180	188,583	17,597	9.3
รายได้รวม (ล้านบาท)	210,627	192,930	17,697	9.2
กำไรขั้นต้น (ล้านบาท)	21,168	18,944	2,224	11.7
อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	10.3	10.0	0.3	
EBITDA ⁽²⁾ (ล้านบาท)	10,928	10,361	567	5.5
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	6,245	5,942	303	5.1
กำไรสุทธิต่อหุ้น (บาทต่อหุ้น)	1.30	1.24	0.06	5.1

หมายเหตุ:

⁽¹⁾ รวมร้านอาหาร/ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในกลุ่มธุรกิจฟู้ด เซอร์วิส 1 ร้านค้า

⁽²⁾ กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าตัดจำหน่าย

การขยายธุรกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

ในปี 2562 บริษัทฯ เปิดให้บริการศูนย์จำหน่ายสินค้าแม่คโครในประเทศไทยรวม 5 สาขา ประกอบด้วย สาขาแบบแม่คโคร ฟูดเซอร์วิส จำนวน 3 สาขา ได้แก่ สาขาลาดกระบัง (ดิจิตัล สโตร์ สาขาแรกสำหรับร้านค้าส่งในประเทศไทย) สาขานาทองเจริญ และ สาขารามคำแหง 24 (ดิจิตัล สโตร์ สาขาที่ 2) และ สาขาแบบอีโค พลัส ซึ่งตั้งอยู่ในภาคตะวันออกอีกจำนวน 2 สาขา ได้แก่ สาขาบ่อวิน และสาขาสัตหีบ เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจในพื้นที่โครงการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ Eastern Economic Corridor (EEC) ทำให้ ณ สิ้นปี 2562 บริษัทฯ มีสาขาที่เปิดบริการในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 134 สาขา และในปีเดียวกันนี้ บริษัทฯ ยังได้เปิดสาขาในต่างประเทศเพิ่มเติมรวม 3 สาขา ได้แก่ สาขาเมืองเสียมเรียบ (สาขาที่ 2 ในประเทศกัมพูชา) สาขาเมืองนอยดา (สาขาที่ 3 ในประเทศอินเดีย) และสาขาแรกในประเทศจีน ณ เขตฮวาตู เมืองกว่างโจว

นอกจากการขยายสาขาใหม่แล้ว บริษัทฯ ยังได้ต่อยอดธุรกิจผ่านการพัฒนากลุ่มลูกค้าเป้าหมายและรูปแบบธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและซื้อสินค้าที่เปลี่ยนไป โดยในปี 2562 บริษัทฯ ได้เปิดระบบนิเวศออฟไลน์สู่ออนไลน์ หรือ Offline to Online Ecosystem (“O2O”) ซึ่งเป็นการบูรณาการช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของแม่คโครทั้งหมดเข้าด้วยกัน (Omni-Channel) รวมทั้งขยายช่องทางการชำระค่าสินค้าไปสู่รูปแบบ E-Payment และการให้บริการจัดส่งสินค้า (Last Mile Delivery) เพื่อเพิ่มทางเลือกและยกระดับประสบการณ์การซื้อสินค้าและการทำธุรกิจกับ MAKRO

รายได้

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวมเป็นจำนวน 206,180 ล้านบาท เติบโตในอัตราร้อยละ 9.3 เมื่อเทียบกับปี 2561 ซึ่งเป็นผลหลักจากการเปิดดำเนินการสาขาใหม่ทั้งในและต่างประเทศรวม 8 สาขาในปี 2562 และยอดขายที่เข้ามาเต็มปีจากสาขาที่เปิดดำเนินการเมื่อปี 2561 ประกอบกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจแม่คโครประเทศไทยจากการพัฒนารูปแบบสาขาและผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ควบคู่ไปกับการยกระดับการให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย O2O เช่นเดียวกันกับกลุ่มธุรกิจฟูด เซอร์วิส ที่ยอดขายในสกุลเงินท้องถิ่นยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยผลกระทบจากการแข็งค่าของสกุลเงินบาทในปี 2562 ที่ผ่านมา ส่งผลให้ยอดขายของกลุ่มธุรกิจฟูด เซอร์วิส ในสกุลเงินบาทเติบโตขึ้นเพียงเล็กน้อย

ทั้งนี้ เมื่อรวมกับรายได้ค่าบริการ จำนวน 3,592 ล้านบาท และรายได้อื่นจำนวน 855 ล้านบาท ส่งผลให้ บริษัทฯ มีรายได้รวมทั้งสิ้น 210,627 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจำนวน 17,697 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน

ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมทั้งสิ้น 17,410 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้รวมเท่ากับร้อยละ 8.3 โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 1,929 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.5 โดยเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนในการจัดจำหน่ายเป็นจำนวน 902 ล้านบาท เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 7.7 จากปีก่อน ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากจำนวนสาขาใหม่ที่เพิ่มขึ้น และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการบริหารจำนวน 1,027 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 27.7 จากปีก่อน สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งรวมถึงการพัฒนาแพลตฟอร์มและแม็คโครแอปพลิเคชันเพื่อรองรับการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย O2O และค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจในระยะเริ่มต้นของประเทศจีนและสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

กำไรสุทธิ

ในปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิ จำนวน 6,245 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 5.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน ซึ่งเป็นผลหลักจากการเติบโตของกลุ่มธุรกิจแม็คโครประเทศไทย

หนึ่งในไตรมาสที่ 4 ปี 2562 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 55,833 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.9 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และมีต้นทุนขาย ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมจำนวน 53,135 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.7 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ เมื่อหักต้นทุนทางการเงิน ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ และส่วนแบ่งกำไรส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม ทำให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิเท่ากับ 2,059 ล้านบาท หรือคิดเป็น 0.43 บาทต่อหุ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.7 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ
บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

(นางสาวลักษณีย์ ธิฐาพันธ์)

รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร สายงานบริหารการเงิน

แผนกประสานงานตลาดหลักทรัพย์และนักลงทุนสัมพันธ์

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