

วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2564

เรื่อง ขี้แจงผลการดำเนินงานประจำปี 2563

เรียน กรรมการและผู้จัดการ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) ขอขี้แจงผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย 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:

<sup>(1)</sup> รวมร้านอาหาร/ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในกลุ่มธุรกิจฟู้ด เซอร์วิส 1 ร้านค้า

<sup>(2)</sup> กำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย

## ภาพรวมการดำเนินงานในปี 2563

ในปี 2563 ผลประกอบการของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะยอดขายที่มาจากกลุ่มลูกค้าหลักซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และสายการบิน (“โฮเรก้า”) ซึ่งลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากการหดตัวรุนแรงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อันเป็นผลจากความวิตกกังวลของประชาชนและมาตรการควบคุมการเดินทางของภาครัฐที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปลายเดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมา รวมถึงคำสั่งปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่จำเป็นในชีวิตประจำวันและการห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการชั่วคราว เพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดที่รุนแรงในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2563

ในปี 2563 บริษัทฯ เปิดให้บริการศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครในประเทศไทยรวม 3 สาขา ประกอบด้วย แม็คโคร ฟู้ดเซอร์วิส สาขาอมตะนคร และสาขาบางคอแหลม และศูนย์จำหน่ายสินค้ารูปแบบใหม่ “เฟรชแธทแม็คโคร”(Fresh@Makro) สาขารามอินทรา กม. 4 และในปีเดียวกันนี้ บริษัทฯ ยังได้เปิดสาขาในต่างประเทศเพิ่มเติม 1 สาขา ได้แก่ ศูนย์จำหน่ายสินค้าแม็คโครสาขาแรก (สาขา Sat San) ที่สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ส่งผลให้ ณ สิ้นปี 2563 บริษัทฯ มีศูนย์จำหน่ายสินค้ารวมทั้งสิ้น 144 สาขา

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

## รายได้

ในปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมียอดขายรวมเป็นจำนวน 214,140 ล้านบาท เติบโตในอัตราร้อยละ 3.9 เมื่อเทียบกับปี 2562 ซึ่งเป็นผลหลักจากการเปิดดำเนินการสาขาใหม่ทั้งในและต่างประเทศรวม 4 สาขาในปี 2563 และยอดขายที่เข้ามาเติมปีจากสาขาที่เปิดดำเนินการเมื่อปี 2562 ประกอบกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจแม็คโครประเทศไทยและแม็คโครต่างประเทศจากการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ควบคู่ไปกับการยกระดับการให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย O2O ในขณะที่กลุ่มธุรกิจฟู้ด เซอร์วิส คงได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างรุนแรงจากการหยุดชะงักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แม้ว่ายอดขายในครึ่งหลังของปีจะปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนจากจุดต่ำสุดในไตรมาสที่ 2 แต่ยอดขายในภาพรวมยังคงต่ำกว่าปีก่อนอย่างมีนัยสำคัญ

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

### **ต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร**

ในปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายและค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมทั้งสิ้น 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 ซึ่งเป็นผลหลักจากผลประกอบการที่ดีขึ้นของกลุ่มธุรกิจแม่ค้าในประเทศไทยและแม่ค้าต่างประเทศ

### **ผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 4 ปี 2563**

เศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้นจากจุดต่ำสุดในไตรมาสที่ 2 ตามการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และแรงสนับสนุนจากมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกใหม่ในช่วงกลางเดือนธันวาคมที่ผ่านมาครอบคลุมพื้นที่ในวงกว้าง ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจชะลอตัว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลับมาหยุดชะงักอีกครั้ง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อรายได้สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของลูกค้าไฮเรก้า

ในไตรมาสที่ 4 ปี 2563 บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 57,074 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และมีต้นทุนขาย ต้นทุนในการจัดจำหน่าย และ

ค่าใช้จ่ายในการบริหารรวมจำนวน 54,205 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.0 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน  
ทั้งนี้ เมื่อหักต้นทุนทางการเงิน ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ และส่วนแบ่งกำไรส่วนที่เป็นของส่วนได้เสียที่ไม่มี  
อำนาจควบคุม ทำให้บริษัทฯ และบริษัทย่อยมีกำไรสุทธิเท่ากับ 2,131 ล้านบาท หรือคิดเป็น 0.44 บาท  
ต่อหุ้น เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

(นางเสาวลักษณ์ ฤฎิราพันธ์)

รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร - กลุ่มธุรกิจสยามแม็คโคร

สายงาน Group Shared Service

แผนกประสานงานตลาดหลักทรัพย์และนักลงทุนสัมพันธ์

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