

MC GROUP

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาส 2 และสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561

ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัท

ไตรมาส 2 ปี 2561

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายในไตรมาส 2 ปี 2561 รวม 861 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 6.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน หรือคิดเป็นจำนวนลดลง 58 ล้านบาท เนื่องจากการบริโภคภายในประเทศที่ชะลอตัวจากปัญหาราคาพืชผลที่อยู่ในระดับต่ำเป็นเวลานาน และการใช้นโยบายกระตุ้นการขายผ่านการทำกิจกรรมที่มุ่งรักษาความสามารถในการทำกำไรเป็นหลักในระหว่างรอการฟื้นตัวของการบริโภคภายในประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นและการเปิดสาขาใหม่เพิ่ม ส่งผลให้ยอดขายโดยรวมลดลงในสัดส่วนที่น้อยกว่ายอดขายต่อร้านเดิม (Same Store Sales) ซึ่งลดลงร้อยละ 11.5 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ด้วยกลยุทธ์ดังกล่าว บริษัทฯ สามารถสร้างผลกำไรขั้นต้นรวม 495 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 จากไตรมาส 2 ปี 2560 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 57.5 หรือคิดเป็นจำนวนเพิ่มขึ้น 27 ล้านบาท จากร้อยละ 50.9 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ร้อยละ 59.0 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.3 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ธุรกิจนาฬิกามีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 43.1 ลดลงจากร้อยละ 45.0 จากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 2 ปี 2561 รวม 382 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.6 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน หรือคิดเป็นจำนวนเพิ่มขึ้น 10 ล้านบาทจากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 44.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 40.5 จากไตรมาส 2 ปี 2560

บริษัทฯ มีกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) เท่ากับ 159 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 10 ล้านบาท หรือเทียบเท่าร้อยละ 6.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 และคิดเป็นอัตรากำไร EBITDA ที่ร้อยละ 18.3 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 16.0 ในไตรมาสเดียวกันของปีก่อน

บริษัทฯ มีกำไรสุทธิรวม 118 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.0 หรือคิดเป็นจำนวนเพิ่มขึ้น 28 ล้านบาท จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของอัตรากำไรขั้นต้น ทำให้บริษัทฯ มีอัตรากำไรสุทธิโดยรวมอยู่ที่ร้อยละ 13.5 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.7 จากไตรมาส 2 ปี 2560

MC GROUP

ปี 2561(งวด 6 เดือน)

บริษัทฯมีรายได้จากการขายสำหรับงวด 6 เดือนแรกของปี 2561 รวม 1,974 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.7 หรือลดลงเป็นเงินจำนวน 165 ล้านบาทเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนจากการจำหน่ายเสื้อผ้าสีขาและสีดำในไตรมาส 1 ปี 2560 การบริโภคภายในประเทศที่ชะลอตัวจากปัญหาราคาพืชผลที่อยู่ในระดับต่ำเป็นเวลานาน และการใช้นโยบายกระตุ้นการขายผ่านการทำกิจกรรมที่มุ่งรักษาความสามารถในการทำกำไรเป็นหลักในระหว่างรอการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นและการเปิดสาขาใหม่เพิ่มส่งผลให้ยอดขายโดยรวมลดลงในสัดส่วนที่น้อยกว่ายอดขายต่อร้านเดิม(Same Store Sales)ลดลงร้อยละ 12.0 จากช่วงเวลาเดียวกันปีก่อน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 บริษัทฯมีจุดจำหน่ายรวม 894 แห่ง ตามการบริหารพื้นที่การขายดังนี้

แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายภายใต้กลุ่ม“แม็ค”*		ประเภทนาฬิกาภายใต้กลุ่ม“ไทม์ เดคโค”	
	แห่ง	เพิ่มขึ้น (+) /ลดลง (-)	แห่ง	เพิ่มขึ้น (+) /ลดลง (-)
ร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop)	288	+3	14	-1
ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	493	+5	79	-8
รถ Mobile Unit	6	-	-	-
รวมร้านค้าในประเทศ	787	+8	93	-9
ร้านค้าต่างประเทศ	14	+1	-	-
รวม	801	+9	93	-9

*ในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2561 จำนวนจุดจำหน่ายของกลุ่ม “แม็ค” มีการเปิดเพิ่ม รวม 15 แห่งและมีการขยายพื้นที่จากจุดจำหน่ายเดิม รวม 5 แห่ง

ในปี 2561 ข้อมูลสิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน บริษัทฯมีกำไรขั้นต้นรวม 1,129 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.4 หรือเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 37 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากการบริหารจัดการเน้นความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านระบบสมาชิก ‘Mc Club’ โดยมีกิจกรรมการสะสมคะแนนเพื่อเพิ่มความภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้น และการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจต่างๆ ทำให้มีอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นมาที่ร้อยละ 57.2 จากร้อยละ 51.0 ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2560

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับงวด 6 เดือน ปี 2561 รวมอยู่ที่ 782 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 หรือเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 21 ล้านบาท จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน จากการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย ทำให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมมีการเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 39.6 จากร้อยละ 35.6 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนอันเนื่องมาจากยอดขายที่ลดต่ำลง

MC GROUP

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) ของบริษัทรวมอยู่ที่ 454 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 13 ล้านบาท หรือเทียบเท่าร้อยละ 3.0 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 และคิดเป็นอัตรากำไร EBITDA ที่ร้อยละ 22.5 เพิ่มขึ้น จากร้อยละ 20.4 จากงวด 6 เดือนของปีก่อน

อัตรากำไรเงินได้ที่แท้จริง (Effective Tax Rate) สำหรับงวด 6 เดือนปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 7.1 ลดลงจากงวดเดียวกันของปีก่อนซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 9.6 เนื่องจากรายได้จากการขายแม่คอกรูปลดลงและยังคงได้รับสิทธิประโยชน์จากภาษีเงินได้ที่มีอัตราส่วนต่ำกว่าอัตราปกติเนื่องจากบริษัทย่อยแห่งหนึ่งได้รับสิทธิประโยชน์ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะทยอยสิ้นสุดลงภายในสิ้นปี 2562 และปี 2564

บริษัทฯมีกำไรสุทธิรวม 350 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.8 หรือเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 28 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 โดยมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 17.4 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.9 จากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 บริษัทฯมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 4,826.5 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 5,081.8 ล้านบาท ลดลง 255.3 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น รวมจำนวน 39.7 ล้านบาท การลดลงของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่น จำนวน 174.0 ล้านบาท การลดลงของสินค้าคงคลัง จำนวน 71.7 ล้านบาท การลดลงของสินทรัพย์หมุนเวียนอื่นๆ 24.3 ล้านบาท และจากการลดลงในที่ดินอาคารและอุปกรณ์สุทธิ จำนวน 21.5 ล้านบาท

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 บริษัทฯมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 546.9 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่มีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 914.1 ล้านบาท ลดลง 367.2 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 249.2 ล้านบาท การลดลงของเงินกู้ยืมและหนี้สินระยะสั้น จำนวน 78.7 ล้านบาท และการลดลงของภาษีค้างจ่าย 36.7 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 บริษัทฯมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4,279.7 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 31 ธันวาคม 2560 ที่มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4,167.7 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 112.0 ล้านบาท ปัจจัยหลักมาจากกำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด 6 เดือนปี 2561 จำนวน 349.5 ล้านบาท และสุทธิจากการจ่ายเงินปันผลจำนวน 245.0 ล้านบาท

สภาพคล่อง

กระแสเงินสด

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวม 350.3 ล้านบาท ลดลงสุทธิ 203.2 ล้านบาท จากวันที่ 31 ธันวาคม 2560 เป็นผลจาก

- 1) กระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงานจำนวน 401.3 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรที่เป็นเงินสดจำนวน 472.5 ล้านบาท การชำระคืนเงินของลูกหนี้การค้าและลูกหนี้อื่นจำนวน 146.7 ล้านบาท การลดลงของ

MC GROUP

สินค้าคงเหลือจำนวน 76.8 ล้านบาท การชำระคืนเงินให้กับเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่นจำนวน 247.8 ล้านบาท และการชำระค่าใช้จ่ายภาษี จำนวน 63.3 ล้านบาท

- 2) กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 280.2 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากเงินลงทุนระยะสั้นลดลงจำนวน 242.4 ล้านบาท และบริษัทจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพื่อใช้ในการขยายธุรกิจสุทธิจำนวน 33.6 ล้านบาท
- 3) กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 324.3 ล้านบาท จากการจ่ายเงินปันผลจำนวน 245.0 ล้านบาทและชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งจำนวน 78.7 ล้านบาท

แนวโน้มในอนาคต

บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าตามแผนกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

- **ธุรกิจ E-Commerce** ผ่าน mcshop.com และการบริหารงานภายใต้ระบบ Omni Channel เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าแบบไร้รอยต่อระหว่างช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อผลักดันการเติบโตของจุดขายและขยายฐานลูกค้าใหม่ ผ่านการสรรหาสินค้าภายใต้ตราสินค้าใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและการโฆษณา รวมทั้งการสื่อสารผ่าน Micro Influencers ให้ผู้บริโภคและกลุ่มลูกค้าใหม่ของบริษัทได้รับทราบ
- **การบริหารช่องทางจำหน่าย** ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการขายร้านค้า "Mc" และร้านค้า "mcmc Outlet Store" ที่มีการปรับรูปแบบจากร้านค้าเดิมที่อยู่ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ภายใต้แบรนด์ "mcmc" เป็นร้านค้าชุมชนเพื่อขยายฐานลูกค้าที่เป็นคนท้องถิ่นได้มากขึ้น โดยจำหน่ายสินค้าที่มีราคาจับต้องได้และเป็นคอลเลกชันก่อนหน้า และสำหรับร้านค้า "Time Deco" นั้นได้มีการปรับรูปแบบในบางสาขาให้เป็นแบบ "Mono Brand" ด้วยคอนเซ็ปต์ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละแบรนด์ และเดินหน้าเปิดสาขาอีกครั้งในปลายปี 2561 ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเติบโตและเหมาะกับกลุ่มลูกค้าทั้ง Luxury Fashion และ Lifestyle Fashion
- **การบริหารผลิตภัณฑ์** บริษัทฯ เตรียมเปิดตัว Activewear ในคอลเลกชันเสื้อผ้าภายใต้แบรนด์ U-P ที่ได้ร่วมกับ Warrix ผู้นำค้าปลีกเครื่องแต่งกายกีฬาฟุตบอลไทย โดยนำกีฬามาผสมผสานกับแฟชั่นในดีไซน์ที่ลงตัวพร้อมฟังก์ชันที่เหมาะสมกับการใช้งานในหลายๆ กิจกรรมซึ่งให้ทั้งความสนุกและพลังอย่างมีสไตล์ ตอบโจทย์สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใช้ชีวิตในหลายรูปแบบ ภายหลังจากมีการเลื่อนการเปิดตัวแบรนด์อย่างเป็นทางการในช่วงปลายปีก่อนหน้า ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายทั้ง Denim และ Non-denim รวมถึง Accessories ต่างๆ ที่ยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อนำเสนอให้มีความหลากหลายทันสมัย และมีนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เหมาะกับทุกกลุ่มลูกค้า ผลิตภัณฑ์นาฬิกาที่เป็น Luxury Fashion และ Lifestyle Fashion ซึ่งล่าสุดมีการเพิ่มแบรนด์ Armani Exchange เข้ามาในพอร์ต ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องหอม ที่ได้รับการพัฒนาจากสารสกัดจากธรรมชาติ ปราศจากซิลิโคน พาราเบนส์ และมิเนอรัลลอย สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสุขภาพผิว ความงาม และบุคลิกภาพ ซึ่งมีสินค้าใหม่คือ สเปรย์บำรุงผิวหน้า ครีมทาผิว
- **ฐานลูกค้าผ่านระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer relationship management)** ภายใต้ระบบสมาชิก "Mc Club" ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าและเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารการตลาดแบบยุคใหม่ รวมถึงความร่วมมือกับสินค้าแบรนด์ต่างๆ เพื่อสร้างฐานลูกค้า loyal ที่ร่วมกันให้มากขึ้น

MC GROUP

งบกำไรขาดทุน :

(ล้านบาท)	ไตรมาส 2			ประจำปี		
	ปี 2561	ปี 2560	เปลี่ยนแปลง	ปี 2561 (ม.ค.-มิ.ย.)	ปี 2560 (ม.ค.-มิ.ย.)	เปลี่ยนแปลง
รายได้จากการขาย	861	919	(6.3%)	1,974	2,139	(7.7%)
รวมรายได้	869	930	(6.5%)	2,014	2,161	(6.8%)
ต้นทุนขาย	366	451	(18.9%)	845	1,047	(19.3%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	259	254	2.0%	541	523	3.6%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	123	118	3.7%	240	238	0.9%
กำไรก่อนส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	122	106	14.2%	387	353	9.6%
ส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	3	3	25.3%	(3)	6	(140.1%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	125	109	14.5%	385	360	6.9%
ต้นทุนทางการเงิน	0	1	(74.4%)	0	1	(61.1%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	125	109	15.0%	384	359	7.2%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	6	16	(63.9%)	27	34	(20.2%)
กำไรสำหรับงวด	119	92	28.7%	357	324	10.1%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	(1)	(3)	(42.9%)	(7)	(3)	157.7%
กำไรของบริษัท	118	90	30.8%	350	327	6.8%

งบแสดงฐานะการเงิน :

(ล้านบาท)	30-มิ.ย.-61	31-ธ.ค.-60	เปลี่ยนแปลง
เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น	1,011	971	4.1%
ลูกหนี้การค้า	382	552	(30.9%)
สินค้าคงคลัง	2,145	2,216	(3.2%)
สินทรัพย์อื่น	1,289	1,342	(3.9%)
รวมสินทรัพย์	4,827	5,082	(5.0%)
เจ้าหนี้การค้า	210	381	(45.0%)
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	16	95	(83.2%)
หนี้สินอื่น	321	438	(26.7%)
รวมหนี้สิน	547	914	(40.2%)
ส่วนของบริษัทใหญ่	4,134	4,009	3.1%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	146	143	1.7%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,280	4,168	2.7%

MC GROUP

ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ :

อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราส่วนสภาพคล่อง		30-มิ.ย.-61	31-ธ.ค.-60
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	7.5	4.6
		ปี 2561 (ม.ค.-มิ.ย.)	ปี 2560
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	43	57
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	449	359
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	63	73
Cash cycle	วัน	429	343
ความสามารถในการทำกำไร		ปี 2561 (ม.ค.-มิ.ย.)	ปี 2560
อัตรากำไรขั้นต้น	%	57.2	52.7
- ธุรกิจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	%	58.6	53.5
- ไทม์ เดคโค	%	42.6	43.8
อัตรากำไรสุทธิ	%	17.4	14.1
- ธุรกิจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	%	18.9	15.2
- ไทม์ เดคโค	%	7.0	6.7
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	%	22.5	19.7
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Annualized)	%	17.2	14.9
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		ปี 2561 (ม.ค.-มิ.ย.)	ปี 2560
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Annualized)	%	14.1	11.9
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน		30-มิ.ย.-61	31-ธ.ค.-60
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.00	0.02
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.13	0.22