

MC GROUP

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับผลการดำเนินงานในไตรมาส 1 ปี 2562

การเปลี่ยนรอบระยะเวลาบัญชีและการใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับใหม่

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“MC” หรือ “บริษัทฯ”) ได้เปลี่ยนรอบบัญชีจากเดิม วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม เป็นวันที่ 1 กรกฎาคม – 30 มิถุนายน เริ่มตั้งแต่รอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 เป็นต้นไป ในระหว่างงวด สภาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่องรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2562 บริษัทฯและบริษัทย่อยได้ตัดสินใจนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้ามาถือปฏิบัติก่อนวันที่มีผลบังคับ เป็นผลให้บริษัทฯและบริษัทย่อยจำเป็นต้องปรับงบการเงินงวดก่อนที่แสดงเปรียบเทียบเพื่อสะท้อนผลของการนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัติ

ภาพรวมเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมค้าปลีก (เดือนกรกฎาคม – กันยายน 2561)

การบริโภคภายในประเทศในช่วงครึ่งปีหลังมีความท้าทายมากกว่าช่วงครึ่งปีแรกจากสถานการณ์การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ปรับตัวลดลง และกำลังซื้อของภาคครัวเรือนที่ยังถูกกดดันจากปัจจัยภาระหนี้สิน สินค้าเกษตร และความชัดเจนของการเลือกตั้งในปีหน้า

ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัท

ไตรมาส 1 ปี 2562 (รอบบัญชีเดือนกรกฎาคม – กันยายน 2561)

บริษัทฯ มีรายได้จากการขายสินค้าในไตรมาส 1 ปี 2562 รวม 815 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 8.4 หรือ 75 ล้านบาท จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากสภาวะการจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศที่ยังคงรอการฟื้นตัว ในไตรมาสถัดไป มีรายได้จากห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นปรับตัวดีขึ้นภายหลังการปรับปรุงระบบการบริหารสินค้าแล้วเสร็จสิ้น ในขณะที่ยอดขายผ่านร้านค้าของบริษัทและห้างสรรพสินค้าที่มีเครือข่ายทั่วประเทศปรับตัวลดลงจากการปรับกลยุทธ์การจัดกิจกรรม ณ จุดขายเพื่อให้สอดคล้องกับกำลังซื้อโดยรวมของประเทศ จึงเป็นเหตุให้ยอดขายต่อร้านเดิม (Same Store Sales) ลดลงร้อยละ 6.6 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตามหากเทียบกับไตรมาสก่อนหน้า ยอดขายลดลงร้อยละ 5.3 หรือ 46 ล้านบาท จากปัจจัยทางด้านฤดูกาลเนื่องจากไตรมาสปัจจุบัน (เดือนกรกฎาคม - กันยายน) มักเป็นไตรมาสที่ยอดขายปรับตัวลดลงมากที่สุดของปี

MC GROUP

งบกำไรขาดทุน :

(ล้านบาท)	ไตรมาส	ไตรมาส	เปลี่ยนแปลง YoY
รายได้จากการขายสินค้า	815	890	(8.4%)
รวมรายได้	822	898	(8.5%)
ต้นทุนจากการขาย	327	416	(21.4%)
ค่าใช้จ่ายในการขาย	266	276	(3.6%)
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	116	119	(2.5%)
กำไรก่อนส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	112	87	29.5%
ส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(9)	5	(291.3%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	103	92	12.7%
ต้นทุนทางการเงิน	0	1	(93.1%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	103	91	13.5%
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	6	(0)	(1425.8%)
กำไรสำหรับงวด	97	91	6.3%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	(3)	(3)	(6.6%)
กำไรของบริษัท	94	88	6.8%

อัตรากำไรขั้นต้น

59.8%

53.2%

ด้วยกลยุทธ์การบริหารการขายดังกล่าวและการบริหารต้นทุนอย่างต่อเนื่อง บริษัทฯสามารถเพิ่มอัตรากำไรขั้นต้นเป็นร้อยละ 59.8 จากร้อยละ 53.2 ในช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 ส่งผลให้กำไรขั้นต้นมียอดรวม 488 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.9 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยธุรกิจเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมีอัตรากำไรขั้นต้น ที่ร้อยละ 61.6 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 54.9 ขณะที่ธุรกิจนาฬิกามีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ที่ร้อยละ 42.8 ลดลงจากร้อยละ 45.8 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารในไตรมาส 1 ปี 2562 มียอดรวม 382 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 3.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน หรือ 13 ล้านบาทจากการลดลงของค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 46.9 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 44.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) ของบริษัทรวมอยู่ที่ 136 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 9 ล้านบาท หรือเทียบเท่าร้อยละ 6.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 และคิดเป็นอัตรากำไร EBITDA ที่ร้อยละ 16.6 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 14.2 จากงวดเดียวกันในปี 2560

MC GROUP

อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (Effective Tax Rate) สำหรับงวด 3 เดือนปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 5.8 เนื่องจากบริษัท ย่อยแห่งหนึ่งยังคงได้รับสิทธิประโยชน์จากภาษีเงินได้ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะ ทายอสิ้นสุดลงภายในสิ้นปี 2562 และปี 2564

บริษัทมีกำไรสุทธิรวม 94 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.1 หรือเพิ่มขึ้นจำนวน 9 ล้านบาทจากช่วงเวลาเดียวกันของ ปี 2561 โดยมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 11.4 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.5 จากอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทมีจุดจำหน่ายรวม 896 แห่ง ตามการบริหารพื้นที่การขายดังนี้

แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทเสื้อผ้าและเครื่อง แต่งกายภายใต้กลุ่ม“แม็ค”*		ประเภทนาฬิกาภายใต้ กลุ่ม “ไทม์ เดดโค”	
	แห่ง	เพิ่มขึ้น (+) / ลดลง (-)	แห่ง	เพิ่มขึ้น (+) / ลดลง (-)
ร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop)	291	+3	16	+2
ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	493	-	76	-3
รถ Mobile Unit	6	-	-	-
รวมร้านค้าในประเทศ	790	+3	92	-1
ร้านค้าต่างประเทศ	14	-	-	-
รวม	804	+3	92	-1

ในเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน 2561 จำนวนจุดจำหน่ายของกลุ่ม “แม็ค” มีการเปิดเพิ่ม รวม 7 แห่งและมีการขยายพื้นที่ของจุดจำหน่ายเดิม รวม 8 แห่ง

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน :

(ล้านบาท)	30-ก.ย.-61 (TFRS)	30-มิ.ย.-61 (ปรับปรุงใหม่)	เปลี่ยนแปลงจากสิ้นงวด บัญชีปี 61
เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น	1,181	1,011	16.8%
ลูกหนี้การค้า	372	414	(10.2%)
สินค้าคงคลัง	2,156	2,179	(1.1%)
สินทรัพย์อื่น	1,262	1,266	(0.3%)
รวมสินทรัพย์	4,970	4,870	2.1%
เจ้าหนี้การค้า	233	210	11.3%
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	0	16	(100.0%)
หนี้สินอื่น	445	446	(0.3%)
รวมหนี้สิน	678	671	1.0%
ส่วนของบริษัทใหญ่	4,146	4,053	2.3%
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	146	146	0.4%
ส่วนของผู้ถือหุ้น	4,293	4,199	2.2%

MC GROUP

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทฯมีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 4,970 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 4,870 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 100 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของเงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น รวมจำนวน 170 ล้านบาท การลดลงของลูกหนี้การค้า จำนวน 42 ล้านบาท และการลดลงของสินค้าคงคลัง จำนวน 23 ล้านบาท

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทฯมีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 678 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 671 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการเพิ่มขึ้นของเจ้าหนี้การค้า จำนวน 23 ล้านบาท และการลดลงของหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย จำนวน 16 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัทฯมีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4,293 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4,199 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 94 ล้านบาท บาท ปัจจัยหลักมาจากกำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับงวด 3 เดือนปีบัญชี 2562

สภาพคล่อง

กระแสเงินสด

ณ วันที่ 30 กันยายน 2561 บริษัท มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวม 468 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิ 117.6 ล้านบาท จากวันที่ 30 มิถุนายน 2561 เป็นผลจาก

- 1) กระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงานจำนวน 199.4 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรที่เป็นเงินสดจำนวน 114.9 ล้านบาท การลดลงของลูกหนี้การค้าจำนวน 43.2 ล้านบาท การลดลงของสินค้าคงเหลือจำนวน 16.5 ล้านบาท การชำระคืนเงินให้กับเจ้าหนี้การค้าเพิ่มขึ้นจำนวน 16.7 ล้านบาท
- 2) กระแสเงินสดใช้ไปในกิจกรรมลงทุนจำนวน 64.3 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากเงินลงทุนระยะสั้นลดลงจำนวน 50.3 ล้านบาท และบริษัทจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพื่อใช้ในการขยายธุรกิจสุทธิจำนวน 12.1 ล้านบาท
- 3) กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมจัดหาเงินจำนวน 17.5 ล้านบาท จากการชำระคืนเงินกู้ยืมระยะสั้นจากสถาบันการเงินของบริษัทย่อยแห่งหนึ่งจำนวน 15.9 ล้านบาท

แนวโน้มในอนาคต

บริษัทแบ่งกลุ่มธุรกิจเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ กลุ่มการบริหารตราสินค้า และกลุ่มที่สองที่มุ่งเน้นการบริหารช่องทางกำหนัดจำหน่าย

โดยล่าสุดในเดือนพฤศจิกายน บริษัทได้เปิดตัวตราสินค้า U-P (ยูพี) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ Activewear ในคอลเลกชันเสื้อผ้าที่ผสมผสานแฟชั่น Streetwear เข้ากับ Sportswear อย่างลงตัวที่เหมาะสมกับการใช้งานในหลากหลายกิจกรรม ซึ่งให้ทั้งความสนุกและพลังอย่างมีสไตล์ ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่มี Active lifestyle ปัจจุบันบริษัทได้พัฒนาเว็บไซต์ UPACTIVELIFE.COM เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าเลือกชมสินค้า และสามารถซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ mcshop.com และ U-P แฟล็กชิปสโตร์ ที่ Stadium One นอกจากนี้ยังมีแผนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เลือกสรรมาให้เข้ากับกลุ่มสินค้านี้ทั้งที่ร้านค้า แม็คคีย์ส์และร้านค้า Warrix รวมถึงการเปิดจุดจำหน่ายสินค้าเพิ่มเติมที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อให้ตรงและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

การขยายจุดจำหน่ายและบริหารพื้นที่ขายสำหรับ mcmc Outlet Store เพื่อขยายฐานลูกค้าที่เป็นคนท้องถิ่นได้อย่างทั่วถึง และเพิ่มความพร้อมในการบริหารสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเปิดสองสาขาแรกในเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม ภายนอกสถานีจ่ายน้ำมัน ปตท. ที่ โกลบอลเฮ้าส์ สาขาเวียงกุมกามและสาขาฝาง จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับช่องทางกำหนัดจำหน่ายออนไลน์ mcshop.com ยังมีการสรรหาสินค้าภายใต้ตราสินค้าของพันธมิตรรายต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเข้ามาเสริมทัพ โดยล่าสุดเป็นผลิตภัณฑ์ความงามจาก Beauty Buffet และสินค้ากระเป๋า Anello นอกจากนี้บริษัทได้ร่วมลงทุนใน Mcmillion เพื่อบริหารการจัดการคลังสินค้าแบบครบวงจรสำหรับธุรกิจ E-commerce ไม่ว่าจะเป็นบริการพื้นที่จัดเก็บสินค้า การค้นหาและบรรจุหีบห่อ และบริการจัดส่งให้กับแพลตฟอร์มทางการค้าปลีกออนไลน์ของบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในรอบปีบัญชี 2562 แม็คกรุ๊ปยังคงเดินหน้าเพิ่มพื้นที่ในการขายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น โดยวางแผนเปิดจุดจำหน่ายใหม่อีกประมาณ 40 แห่งในส่วนของบริษัทค้าปลีกของตนเองและห้างค้าปลีกสมัยใหม่

ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจบริหารตราสินค้าและบริหารแพลตฟอร์มทางการค้าต่างๆควบคู่กัน ทำให้บริษัทสามารถตอบรับกับโลกของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพโดยสร้างประสบการณ์ร่วมที่ดีกับกลุ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องภายในระบบนิเวศค้าปลีกทุกช่องทาง โดยเน้นการต่อยอดจากรากฐานและโอกาสในการขยายธุรกิจเพื่อเดินหน้าเป็นผู้นำค้าปลีกไลฟ์สไตล์และสร้างผลลัพธ์ระยะยาวอย่างยั่งยืน

MC GROUP

ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ :

อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราส่วนสภาพคล่อง		30-ก.ย.-61	30-มิ.ย.-61
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	6.2	6.1
		ไตรมาส 1 ปี 2562	ไตรมาส 1 ปี 2561
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	43	58
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	579	446
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	61	116
Cash cycle	วัน	561	387
ความสามารถในการทำกำไร		ไตรมาส 1 ปี 2562	ไตรมาส 1 ปี 2561
อัตรากำไรขั้นต้น	%	59.8	53.2
- ธุรกิจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	%	61.6	54.9
- ไทม์ เดคโค	%	42.8	45.8
อัตรากำไรสุทธิ	%	11.4	9.8
- ธุรกิจจัดจำหน่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	%	12.2	10.1
- ไทม์ เดคโค	%	5.8	7.4
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	%	16.6	14.2
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (Annualized)	%	9.2	8.9
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		ไตรมาส 1 ปี 2562	ไตรมาส 1 ปี 2561
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Annualized)	%	7.6	7.0
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน		30-ก.ย.-61	30-มิ.ย.-61
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	-	0.00
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.16	0.16