

คำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2562

ภาพรวมเศรษฐกิจและธุรกิจการค้าปลีก

เศรษฐกิจไทยในช่วงไตรมาส 2 ปี 2562 ขยายตัวชะลอลงกว่าประมาณการจากอุปสงค์ต่างประเทศเป็นสำคัญ เนื่องจากผลกระทบของมาตรการกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐฯและจีน รวมถึงการบริโภคภาคเอกชนที่ยังได้รับแรงกดดันจากรายได้ครัวเรือนนอกภาคเกษตรที่เริ่มมีสัญญาณชะลอลง และความเชื่อมั่นของครัวเรือนรายได้น้อยที่ปรับลดลงเพราะหนี้ครัวเรือนอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับลดประมาณการขยายตัวทางเศรษฐกิจสำหรับปี 2562 จากเดิมร้อยละ 3.8 เป็นร้อยละ 3.3

ภาวะธุรกิจการค้าขยายตัวชะลอลง เนื่องจากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้ภาคการค้าดำเนินธุรกิจได้ยากขึ้น ตามกำลังซื้อที่ลดลงและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังคงเป็นปัจจัยหลักที่กระทบต่อภาวะการค้าในช่วงที่ผ่านมา โดยยอดขายของธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มสินค้าอุปโภค บริโภคลดลง โดยเฉพาะสาขาในต่างจังหวัดและนอกเมือง สะท้อนจากยอดขายจ่ายต่อใบเสร็จและความถี่ในการซื้อสินค้าลดลง ทำให้กลุ่มร้านค้าต่าง ๆ ต้องจัดโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2562 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องและอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 21 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560

(ที่มา: ข้อมูลจากรายงานนโยบายการเงินไตรมาสที่ 2/2562 ธนาคารแห่งประเทศไทย, ผลสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย)

ภาพรวมผลการดำเนินงานของบริษัท

เนื่องจากบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“MC” หรือ “บริษัทฯ”) ได้มีการเปลี่ยนรอบระยะเวลาบัญชี และการใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินฉบับใหม่ โดยเปลี่ยนรอบบัญชีจากเดิม วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม เป็นวันที่ 1 กรกฎาคม – 30 มิถุนายน เริ่มตั้งแต่รอบปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2561 เป็นต้นไป ในระหว่างงวดสาขาวิชาชีพบัญชีได้ประกาศใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 15 เรื่องรายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้า ซึ่งมีผลบังคับใช้สำหรับงบการเงินที่มีรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2562 บริษัทฯและบริษัทย่อยได้ตัดสินใจนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินฉบับที่ 15 เรื่อง รายได้จากสัญญาที่ทำกับลูกค้ามาถือปฏิบัติก่อนวันที่มีผลบังคับ เป็นผลให้บริษัทฯและบริษัทย่อยจำเป็นต้องปรับงบการเงินงวดก่อนที่แสดงเปรียบเทียบเพื่อสะท้อนผลของการนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวมาถือปฏิบัติ

โดยตัวเลขในงบการเงินฉบับตรวจสอบของบริษัทฯ ได้แสดงเปรียบเทียบงบกำไรขาดทุนรวมและงบกำไรขาดทุนเฉพาะกิจการ งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จรวมและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จเฉพาะกิจการสำหรับงวดปี 2562 โดยมีรอบระยะเวลาบัญชีตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2562 เปรียบเทียบกับรอบระยะเวลาวันที่ 1 มกราคม 2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2561 งบแสดงฐานะทางการเงิน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นรวมและงบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้นเฉพาะกิจการ และงบกระแสเงินสดรวมและงบกระแสเงินสดเฉพาะกิจการสำหรับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 แสดงเปรียบเทียบกับปีสิ้นสุด ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2561 ซึ่งเป็นไปตามหลักการนำเสนองบการเงินตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

MC GROUP

ทั้งนี้ บริษัทฯ ได้สรุปคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายจัดการสำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2562 รอบระยะเวลาบัญชีตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2562 เปรียบเทียบกับรอบระยะเวลาบัญชีตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2560 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ไว้เพิ่มเติม เพื่อเป็นประโยชน์ในการเปรียบเทียบอัตราการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของผลประกอบการในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนไว้ด้วย ณ ที่นี้

บริษัทฯ ขอสรุปผลการดำเนินงานของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ประจำปี 2562 (1 กรกฎาคม 2561 – 30 มิถุนายน 2562) โดยมีรายละเอียดดังนี้

งบกำไรขาดทุน :

(ล้านบาท)	ประจำปี		เปลี่ยนแปลง
	ปี 2562 (ก.ค.61-มิ.ย. 62)	ปี 2561 (ม.ค.61-มิ.ย. 61)	
รายได้จากการขาย	3,694	2,082	77.4%
รวมรายได้	3,737	2,098	78.2%
ต้นทุนขาย	1,529	853	79.4%
ค่าใช้จ่ายในการขาย	1,203	635	89.6%
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	596	240	148.3%
ขาดทุนจากการด้อยค่าค่าความนิยม	108	0	(100.0%)
ขาดทุนจากการด้อยค่าของอุปกรณ์และสินทรัพย์อื่น	21	0	(100.0%)
กำไรก่อนส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	279	370	(24.5%)
ส่วนแบ่งจากเงินลงทุนในการร่วมค้า	(4)	8	(148.1%)
กำไรก่อนค่าใช้จ่ายทางการเงินและค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	276	378	(27.0%)
ต้นทุนทางการเงิน	0.1	0.5	(78.6%)
กำไรก่อนภาษีเงินได้	276	377	(26.9%)
ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้	(38)	(24)	60.0%
กำไรสำหรับงวด	238	354	(32.7%)
ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	68	(7)	(1016.0%)
กำไรของบริษัท	306	346	(11.7%)

อัตรากำไรขั้นต้น	58.6%	59.1%
อัตรากำไรสุทธิ	8.2%	16.5%

MC GROUP

รายได้

รายได้จากการขายสินค้าสำหรับปี 2562 (1 กรกฎาคม 2561 – 30 มิถุนายน 2562) มียอดรวม 3,694 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 77.4 หรือ 1,612 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับรอบระยะเวลาวันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2561 โดยอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญนั้น มีผลมาจากการเปรียบเทียบของรอบระยะเวลาบัญชีที่แตกต่างกัน ของงบการเงินฉบับตรวจสอบตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบปี 2562 กับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2561 (1 กรกฎาคม 2560 – 30 มิถุนายน 2561) รายได้จากการขายสินค้าปรับตัวลดลง 472 ล้านบาท หรือร้อยละ 11.3 จากจำนวน 4,166 ล้านบาท เป็นจำนวน 3,694 ล้านบาท ส่งผลให้อัตราการเติบโตของยอดขายรวมทุกสาขา (Total System Sales) ลดลงร้อยละ 11.2 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีปัจจัยหลักจากรายได้จากการขายผ่านร้านค้าของตนเอง (Free-standing Shop) ลดลงร้อยละ 17.3 และรายได้จาก Superstore ลดลงร้อยละ 78.9 อย่างไรก็ตาม บริษัทฯสามารถรักษายอดขายในช่องทาง Department Store ให้มีการเจริญเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 5.8 และสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างมีนัยยะสำคัญในช่องทาง E-Commerce โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 146.9

กำไรขั้นต้น

กำไรขั้นต้น สำหรับปี 2562 (1 กรกฎาคม 2561 – 30 มิถุนายน 2562) มียอดรวม 2,165 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 76.0 หรือ 935 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับรอบระยะเวลาวันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2561 โดยอัตรากำไรขั้นต้นลดลงอยู่ที่ร้อยละ 58.6 จากร้อยละ 59.1

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบปี 2562 กับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2561 กำไรขั้นต้นมียอดรวม 2,165 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 7.9 หรือ 186 ล้านบาท ส่งผลมาจากยอดขายที่ลดลง โดยอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ 58.6 จากร้อยละ 56.4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากมาตรการบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร สำหรับปี 2562 (1 กรกฎาคม 2561 – 30 มิถุนายน 2562) มียอดรวม 1,928 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 120.4 หรือ 1,053 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับรอบระยะเวลาวันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2561 โดยค่าใช้จ่ายที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญเกิดจากการบันทึกค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือและทรัพย์สินอื่นๆ ระหว่างงวดของบริษัทย่อย จำนวน 150 ล้านบาท และการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าความนิยมจากเงินลงทุนในบริษัทย่อย จำนวน 108 ล้านบาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเฉพาะงวด รวมถึงการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเกี่ยวเนื่องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การสร้างมูลค่าของตราสินค้า

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบปี 2562 กับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2561 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.5 หรือ 214 ล้านบาท จาก 1,715 ล้านบาท เป็นจำนวน 1,928 ล้านบาท มีปัจจัยหลักมาจากการบันทึกค่าใช้จ่ายส่วน

MC GROUP

เพิ่มเฉพาะงวดตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น โดยสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่อรายได้จากการขายรวมอยู่ที่ร้อยละ 52.2 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 41.2 เมื่อเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารสำหรับปี 2562 ที่ไม่นับรวมการบันทึกค่าใช้จ่ายเพิ่มเฉพาะงวด (ค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือและทรัพย์สินอื่นๆระหว่างงวดของบริษัทย่อยจำนวน 150 ล้านบาท และการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าความนิยมจากเงินลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 108 ล้านบาท) มียอดรวม 1,670 ล้านบาท ลดลง 45 ล้านบาท หรือร้อยละ 2.6 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน เป็นผลมาจากการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ

กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA)

ค่าใช้จ่ายกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) สำหรับปี 2562 (1 กรกฎาคม 2561 – 30 มิถุนายน 2562) รวม 396 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.8 หรือ 58 ล้านบาท ทำให้อัตราการทำกำไร EBITDA ลดลงอยู่ที่ร้อยละ 10.7 จากร้อยละ 21.8 เมื่อเปรียบเทียบกับรอบระยะเวลาวันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2561

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบปี 2562 กับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2561 ค่าใช้จ่ายกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) ของบริษัทฯ เท่ากับ 396 ล้านบาท ลดลง 450 ล้านบาท หรือร้อยละ 53.2 ทำให้อัตราการทำกำไร EBITDA ลดลงอยู่ที่ร้อยละ 10.6 จากร้อยละ 20.1 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายกำไรก่อนดอกเบี้ยจ่าย ภาษี และค่าเสื่อมราคา (EBITDA) สำหรับปี 2562 ที่ไม่นับรวมการบันทึกค่าใช้จ่ายเพิ่มเฉพาะงวด (ค่าเผื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือและทรัพย์สินอื่นๆระหว่างงวดของบริษัทย่อยจำนวน 150 ล้านบาท และการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าความนิยมจากเงินลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 108 ล้านบาท) เท่ากับ 654 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (Effective Tax Rate)

อัตราภาษีเงินได้ที่แท้จริง (Effective Tax Rate) สำหรับปีบัญชี 2562 คิดเป็นร้อยละ 13.7 เนื่องจากบริษัทย่อยแห่งหนึ่งยังคงได้รับสิทธิประโยชน์จากภาษีเงินได้ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะสิ้นสุดลงภายในสิ้นปี 2562

กำไรสุทธิ

บริษัทมีกำไรสุทธิสำหรับปี 2562 จำนวน 306 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 11.7 หรือ 41 ล้านบาท จากจำนวน 346 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับรอบระยะเวลาวันที่ 1 มกราคม ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2561

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบปี 2562 กับช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี 2561 บริษัทมีกำไรสุทธิรวม 306 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 51.4 หรือ 324 ล้านบาท จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรสุทธิอยู่ที่ร้อยละ 8.2 จากร้อยละ 15.0 มีสาเหตุมาจากการขายรวมที่ลดลงและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเป็นการบันทึกค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเฉพาะงวด (ค่า

MC GROUP

เมื่อการลดลงของมูลค่าสินค้าคงเหลือและทรัพย์สินอื่น ๆ ระหว่างงวดของบริษัทย่อยจำนวน 150 ล้านบาท และการรับรู้ผลขาดทุนจากการด้อยค่าความนิยมจากเงินลงทุนในบริษัทย่อยจำนวน 108 ล้านบาท) ซึ่งส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารเพิ่มขึ้นจากปีก่อนอย่างมีนัยยะสำคัญ

อย่างไรก็ตาม กำไรสุทธิของบริษัทฯ สำหรับปี 2562 ที่ไม่นับรวมการบันทึกค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเฉพาะงวดอยู่ที่ 564 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 10.5 หรือ 66 ล้านบาท จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีอัตรากำไรสุทธิที่ไม่นับรวมการบันทึกค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเฉพาะงวดอยู่ที่ร้อยละ 15.3 ของรายได้จากการขาย เทียบกับร้อยละ 15.1 ของช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ มีจุดจำหน่ายรวม 731 แห่ง ตามการบริหารพื้นที่การขายดังนี้

แบ่งตามช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายภายใต้กลุ่ม "แม็ค"		ประเภทนาฬิกาภายใต้กลุ่ม "โทมัส เดคโค"	
	แห่ง	เพิ่มขึ้น (+) / ลดลง (-)	แห่ง	เพิ่มขึ้น (+) / ลดลง (-)
ร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop)	312	+3	19	+1
ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade)	306	-5	74	-2
รถ Mobile Unit	6	-	-	-
รวมร้านค้าในประเทศ	624	-2	93	-1
ร้านค้าต่างประเทศ	14	-	-	-
รวม	638	-2	93	-1

ในเดือนเมษายนถึงมิถุนายน 2562 จำนวนจุดจำหน่ายภายใต้กลุ่ม "แม็ค" มีการเปิดเพิ่ม รวม 3 แห่ง

การวิเคราะห์ฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะการเงิน :

(ล้านบาท)	30 มิ.ย. 62	30 มิ.ย. 61	เปลี่ยนแปลง
เงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น	1,344	1,011	32.9%
ลูกหนี้การค้า	303	414	(26.9%)
สินค้าคงคลัง	1,604	2,179	(26.4%)
สินทรัพย์อื่น	1,039	1,266	(17.9%)
รวมสินทรัพย์	4,289	4,870	(11.9%)
เจ้าหนี้การค้า	179	263	(31.9%)
หนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ย	0	16	(100.0%)
หนี้สินอื่น	350	393	(10.8%)
รวมหนี้สิน	529	671	(21.2%)
ส่วนของบริษัทที่ใหญ่	3,685	4,053	10.0%

MC GROUP

ส่วนได้เสียที่ไม่มีอำนาจควบคุม	75	146	(48.3%)
ส่วนของผู้ถือหุ้น	3,760	4,199	(10.5%)

สินทรัพย์

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 4,289 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีสินทรัพย์รวมทั้งสิ้น 4,870 ล้านบาท ลดลง 581 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจาก

- 1) การลดลงของสินค้าคงคลัง จำนวน 576 ล้านบาท จากการปรับการบริหารสินค้าให้เข้ากับแผนการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 2) การเพิ่มขึ้นของเงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น รวมจำนวน 332 ล้านบาท
- 3) การลดลงของลูกหนี้การค้า จำนวน 111 ล้านบาท

หนี้สิน

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ มีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 529 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีหนี้สินรวมทั้งสิ้น 671 ล้านบาท ลดลง 142 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการลดลงของเจ้าหนี้การค้าและเจ้าหนี้อื่น จำนวน 84 ล้านบาท

ส่วนของผู้ถือหุ้น

ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 3,760 ล้านบาท เปรียบเทียบกับวันที่ 30 มิถุนายน 2561 ที่มีส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 4,199 ล้านบาท ลดลง 439 ล้านบาท ปัจจัยหลักมาจากการจ่ายเงินปันผลจำนวน 597 ล้านบาท และจากการตั้งสำรองหุ้นทุนซื้อคืน 87 ล้านบาท ในขณะที่กำไรเบ็ดเสร็จรวมสำหรับปีบัญชี 2562 อยู่ที่จำนวน 248 ล้านบาท

สภาพคล่อง

กระแสเงินสด

สำหรับปีบัญชี 2562 ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2562 บริษัทฯ มีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรวม 673 ล้านบาท เพิ่มขึ้นสุทธิ 323 ล้านบาท จากวันที่ 30 มิถุนายน 2561 เป็นผลจาก

- 1) กระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงานเพิ่ม 1,090 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหลักมาจากกำไรที่เป็นเงินสดจำนวน 671 ล้านบาท และการลดลงของสินค้าคงเหลือจำนวน 449 ล้านบาท
- 2) กระแสเงินสดที่ได้รับจากกิจกรรมลงทุนลดลง 64 ล้านบาท สาเหตุหลักมาจากการจ่ายซื้อที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เพื่อใช้ในการขยายธุรกิจสุทธิจำนวน 54 ล้านบาท และจ่ายซื้อสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน 13 ล้านบาท
- 3) กระแสเงินสดจ่ายจากกิจกรรมจัดหาเงินลดลง 703 ล้านบาท จากการจ่ายเงินปันผลจำนวน 597 ล้านบาท และการซื้อหุ้นคืน 87 ล้านบาท

MC GROUP

ตารางแสดงอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ :

อัตราส่วนทางการเงิน			
อัตราส่วนสภาพคล่อง		30 มิ.ย. 62	30 มิ.ย. 61
อัตราส่วนสภาพคล่อง	เท่า	7.1	6.1
		ปี 2562 (ก.ค.61-มิ.ย.62)	ปี 2561 (ก.ค.60-มิ.ย.61)
ระยะเวลาเก็บหนี้เฉลี่ย	วัน	35	31
ระยะเวลาขายสินค้าสำเร็จรูปเฉลี่ย	วัน	440	371
ระยะเวลาชำระหนี้	วัน	52	44
Cash Cycle	วัน	423	358
ความสามารถในการทำกำไร			
		ปี 2562 (ก.ค.61-มิ.ย.62)	ปี 2561 (ก.ค.60-มิ.ย.61)
อัตรากำไรขั้นต้น	%	58.6	56.4
อัตรากำไรสุทธิ	%	8.2	15.0
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	%	10.6	20.1
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	%	7.9	16.3
อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน			
		ปี 2562 (ก.ค.61-มิ.ย.62)	ปี 2561 (ก.ค.60-มิ.ย.61)
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	%	6.7	13.8
อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน			
		30 มิ.ย. 62	30 มิ.ย. 61
อัตราส่วนหนี้สินที่มีภาระดอกเบี้ยจ่ายต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0	0
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น	เท่า	0.14	0.16

แนวโน้มในอนาคต

บริษัทฯ ยังคงมุ่งเน้นสร้างการเจริญเติบโตของยอดขายและกำไรของธุรกิจ โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้าที่มีคุณภาพ การสร้างการรับรู้ของตราสินค้า การบริหารจัดการช่องทางจัดจำหน่ายอย่างเป็นระบบ การบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเดินหน้าขยายงานและลงทุนเพื่อเติบโตอย่างยั่งยืนตามกลยุทธ์ควบคู่กับการปรับโครงสร้างองค์กรและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเป็นผู้นำค้าปลีกสินค้า Denim Centric Lifestyle ที่เหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภค และยังคงพัฒนาเว็บไซต์ mcshop.com และระบบ Omni Channel เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าแบบไร้รอยต่อระหว่างช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อผลักดันการเติบโตของจุดขายเดิมและจุดขายใหม่ รวมทั้งกลยุทธ์ระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) ภายใต้ระบบสมาชิก "Mc Club" ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ และเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารการตลาดแบบยุคใหม่โดยนำข้อมูลมาสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มลูกค้าอย่างเป็นระบบ โดยล่าสุดบริษัทฯ มีฐานสมาชิก MC Club มากกว่า 800,000 คน (ข้อมูล ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2562)

MC GROUP

นอกจากนี้บริษัทยังคงมุ่งสร้างรากฐานทางธุรกิจที่สำคัญต่อการแข่งขันซึ่งรวมถึงการเพิ่มมูลค่าให้กับตราสินค้าและสร้างการรับรู้ของตราสินค้าต่างๆผ่าน Influencer ในหลายกลุ่มไลฟ์สไตล์ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวการใช้ชีวิตและการแต่งตัวผ่านสื่อออนไลน์ โดยล่าสุดแม็คยีนส์ (Mc Jeans) ได้เปิดตัว “โตโน่ ภาคิน คำวิลัยศักดิ์” เป็นพรีเซนเตอร์คนใหม่ พร้อมเปิดตัวคอลเลกชันพิเศษ แม็ค ไบค์เกอร์ คอลเลกชัน (Mc Biker Collection) ที่มาพร้อมทั้งกางเกงยีนส์และแจ็คเก็ตยีนส์ ที่ตอบโจทย์ครบทั้งแฟชั่นไลฟ์สไตล์และฟังก์ชัน ที่ไม่เพียงสำหรับขี่มอเตอร์ไซค์เท่านั้น แต่ยังสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ บริษัทยังคงนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกระแสสังคมและผู้บริโภคยุคใหม่อย่างต่อเนื่อง เช่น โปรเจกต์ ‘Mc X’ ที่มีตลอดทั้งปี โดยล่าสุดเป็นคอลเลกชันพิเศษ ‘Mc X MOO’ ที่ได้จับมือกับ หมู พลพัฒน์ อัศวะ ประภา จากแบรนด์ MOO (หมู) เปิดตัวคอลเลกชันสุดพิเศษที่นำเอกลักษณ์ของความเป็นอเมริกันวินเทจ (American Vintage) และเสื้อผ้าสไลต์เวิร์คแวร์ (Workwear) มาดัดแปลงให้เกิดความร่วมสมัย ที่ผสมผสานประโยชน์การใช้สอยและความคลาสสิกวินเทจเข้าไว้ด้วยกัน