

MC บันทึกกำไรสุทธิ 232 ล้านบาท เทียบเท่าฐานสูง ในปีก่อนหน้าจากกิจกรรมการตลาดที่โดนใจผู้บริโภค ต้นอัตรากำไรขั้นต้นสูงสุทธรอบ 12 เดือนสู่ร้อยละ

57



บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“MC” หรือ “บริษัทฯ”) ประกาศกำไรสุทธิไตรมาส 1 ปี 2561 ที่ 232 ล้านบาทเทียบเท่าปีก่อนหน้า ด้วยอัตรากำไรขั้นต้นที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.1 เป็นร้อยละ 57.0 และอัตรากำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 18.8 เป็นร้อยละ 20.3 ทั้งนี้รายได้รวมปรับตัวลดลงร้อยละ 7.6 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนไปอยู่ที่ 1,143 ล้านบาท เนื่องจากฐานรายได้ที่สูงในไตรมาส 1 ปี 2560 จากการจำหน่ายสินค้าสีขาวและสีดำ คุณสุณี เสรีภาณุ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เปิดเผยว่า “ในไตรมาส 1 ปี 2561 นี้ บริษัทฯสามารถรับมือกับสภาวะการจับจ่ายใช้สอยที่ยังคงซบเซาต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมาและจากการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกาย ด้วยกลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านระบบสมาชิก ‘Mc Club’ ที่มีสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น รองเท้าผ้าใบรุ่น Selvedge Walker ที่ผสมผสานเอกลักษณ์ของยีนส์ริมแดง ความร่วมมือกับ The Walt Disney Thailand ในการออกเสื้อ Sport Fashion ในคอลเลคชั่น Marvel เอาใจกลุ่มวัยรุ่นที่มีจำนวนมากขึ้น ตลอดจนความร่วมมือกับ Warrix ที่ได้ลิขสิทธิ์ผลิตและจัดจำหน่ายเสื้อฟุตบอลทีมชาติไทย รวมถึงผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเครื่องหอมใหม่ เช่น Diffuser ก้านไม้หอมปรับอากาศ ที่ทางบริษัทฯได้จัดจำหน่ายพร้อมผลิตภัณฑ์อื่นของ M&C และ Nature Touch ผ่านจุดจำหน่ายใหม่ภายใต้ชื่อ Aromatique Active ที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โดยล่าสุด บริษัทฯ ได้ออกคอลเลคชั่นพิเศษ Mc Biker Denim ‘Motorcycle Series’ ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากคุณสมบัติของชุดแข่งรถที่ผสมผสานความคล่องตัวไว้ในผ้ายีนส์ที่มีส่วนประกอบของ Kevlar เพิ่มความปลอดภัยและ Spandex และ T400 ที่เพิ่มความยืดหยุ่นและการคืนตัวของผ้า สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความคล่องตัวในการสวมใส่ ซึ่งถือเป็นสินค้ายีนส์ที่โดดเด่นและสร้างความเป็นตัวตนให้กับผู้ที่ชื่นชอบยีนส์ได้เป็นอย่างดี”

คุณบัณฑิต ประดิษฐ์สุขถาวร ประธานเจ้าหน้าที่ด้านการเงินและบัญชีและผู้บริหารฝ่ายพัฒนาธุรกิจ กล่าวเสริมถึงแผนกลยุทธ์ว่า “การบริหารจุดแข็งของธุรกิจโดยเชื่อมโยงหน้าร้าน (Offline) และช่องทางออนไลน์ตามกลยุทธ์ Omni Channel มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การนำท้ายใบเสร็จจากการซื้อของหน้าร้านไป

รับสิทธิพิเศษที่ช่องทางออนไลน์ และการเปิดตัวบริการ 'Ship to shop' เพื่อให้ลูกค้าที่สั่งซื้อจากช่องทางออนไลน์ สามารถเลือกมารับสินค้าที่หน้าร้านนอกเหนือจากที่บ้านหรือที่ทำงานเพื่อการบริการหลังการขายที่ไร้รอยต่อ ที่ทำให้ การซื้อของเป็นเรื่องง่ายและสะดวกสบาย”

“โดยสิ้นไตรมาส 1 ปี 2561 บริษัทฯมีจุดจำหน่ายสินค้าทั้งสิ้น 894 แห่ง แบ่งเป็นร้านค้าปลีกของตนเอง 304 แห่ง ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ 570 แห่ง รถโมบายเคลื่อนที่ 6 คัน ช่องทางต่างประเทศ 14 จุด โดยจุดขายของ Mc เพิ่มขึ้นสุทธิ 7 แห่ง Aromatique Active เพิ่มขึ้น 2 แห่ง และ Timedeco ลดลง 9 แห่ง ตามแผนการปรับแบรนด์และบริหาร ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยในช่วงที่เหลือของปี 2561 บริษัทฯยังคงต่อยอดความสัมพันธ์กับสมาชิก โดยการนำคะแนนสะสมมาแลกสิทธิประโยชน์แบบ Exclusive และเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เช่น คอนเสิร์ต หรือการร่วม ชมภาพยนตร์รอบพิเศษเหมือนดังที่ได้จัดไปแล้ว”

คุณบัณฑิต ได้กล่าวสรุปว่า“ด้วยแผนงานต่างๆที่กล่าวมา บริษัทฯสามารถส่งผ่านประสบการณ์ที่มีความสนุก ไร้ใจ และคุ้มค่าสู่ลูกค้าทุกคนด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จากปีก่อนหน้าที่ใช้ประโยชน์จากการ เติบโตของยอดขายโดยจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อรักษาส่วนแบ่งการตลาดท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งนี้ บริษัทฯ มีรายได้ในไตรมาส 1 ปี 2561 อยู่ที่ 1,143 ล้านบาท กำไรขั้นต้นที่ 634 ล้านบาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้น ที่ร้อยละ 57.0 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 51.1 ในช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิที่ 232 ล้านบาท หรือเทียบ เท่าร้อยละ 20.3 จากร้อยละ 18.8 ในไตรมาสเดียวกันของปี 2560”